ഇഫെക്റ്റീവ് ആഡ്കോം **eFFECTIVE**

ADCOM

JULY 2017 Vol. 3 Issue 30 മലയാളത്തിലെ ആദ്യത്തെ അഡ്വർടൈസിംഗ് & മാർക്കറ്റിംഗ് മാസിക Price: ₹ 50/-

INSIDE OUTSIDE
AD WORLD

വെള്ളിത്തിരയിലെ പെരുന്തച്ചൻ

സാബു സിറിൾ

സൗന്ദര്യത്തിന്റെ മാന്ത്രികച്ചെപ്പുകൾ

L'ORÉAL PARIS

റോയൽ ഈസ് ഓൾവയിസ് റോയൽ

Made like a gun Goes like a Bullet....

സീറോയിൽ നിന്ന് ഉയർന്നു വന്ന കൽപനാ സരോജ്

Motivation

പണം വാരിയ ചലച്ചിത്രങ്ങൾ

• MODELING • STUDENTS' CORNER • SOFTWARE • DIRECTORY • BEAUTY TIPS

ഉള്ളടക്കം

Cover : Sabu Cyril

Vol. 3 | Issue 30 | July 2017











Images Courtesy: Google

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE
ADCOM
Advertising is Communication. Marketing is destination
The First Advertising & Marketing Magazine in Malayalam

Chief Editor
Mathew K. Mulamoottil

Associate Editor
Batten Bose

Marketing & Circulation Co-ordinator
Vilsu Mathew
Ph: 9744993356

Illustration/Layout
Adart Designing

Office Administration
Mini S. Nair

Marketing Offices:
Effective Publications
Mughal Palace Bldg, Collectorate P.O.
Kottayam - 2 , Kerala, India.
Ph: 08593 998705, 093881 53029
e-mail: effectiveadcom@gmail.com

Regd. Office:
Mulamoottil Bldg., Cathedral Road
Manorama (S), Kottayam - 1, Kerala, India

dailyhunt
effectiveadcom/posts 09846057461
/effective.adcom /effective-adcom

www.effectiveadcom.com

EDITORIAL

നികുതി
നാനാത്വത്തിൽ നിന്ന് ഏകത്വത്തിലേക്ക്

വളരെ വിപ്ലവകരമായ ഒരു മാറ്റത്തിനു നാന്ദികുറിക്കുന്ന ഒരു മാസമാണ് ജൂലൈ 2017. ഇന്ത്യയുടെ ചരിത്രത്തിൽ അതിശ്രദ്ധേയമായ ഒരു ഏട് രചിക്കപ്പെടുകയാണ്. ജി എസ് ടി എന്ന നികുതി സമ്പ്രദായം നിലവിൽ വരുന്നതോടെ ഒരേ ഉൽപ്പന്നത്തിന് വിവിധ ഘട്ടങ്ങളിലായി പല തവണ നികുതി നൽകേണ്ടി വരുന്ന ദുരവസ്ഥയ്ക്ക് മാറ്റം സംഭവിക്കുന്നു എന്നതാണ് ഏറ്റവും വലിയ ഗുണമായി കണക്കാക്കുന്നത്. നാനാത്വത്തിൽ ഏകത്വം അവകാശപ്പെടുന്ന ഈ മഹാരാജ്യത്ത് നികുതി സമ്പ്രദായത്തിൽ ആദ്യമായാണ് ഒരു ഏകത്വം സ്ഥാപിച്ചെടുക്കുവാൻ ശ്രമിക്കുന്നത്.

സർക്കാരുകൾ ഇത്തരം കാര്യങ്ങളിൽ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുമ്പോൾ അതു മികച്ച രീതിയിൽ പ്രാവർത്തികമാക്കുവാൻ ഉദ്യോഗസ്ഥരുടെയും വ്യവസായികളുടേയും വ്യാപാരികളുടേയും നിസ്വാർത്ഥമായ സഹകരണവും ആവശ്യമാണ്. ജി.എസ്.ടി വരുമ്പോൾ പല ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കും വില കുറയുമെന്ന് പ്രതീക്ഷിക്കപ്പെടുന്നു. യഥാർത്ഥത്തിൽ ആ കുറവു വരുന്നുണ്ടോയെന്ന് സസൂക്ഷ്മം വിലയിരുത്തപ്പെടേണ്ടതാണ്. നയപരമായ തീരുമാനങ്ങളും പദ്ധതികളും ധാരളമായി സൃഷ്ടിക്കപ്പെടുന്ന രാജ്യമാണ് ഇന്ത്യ. എന്നാൽ പല പദ്ധതികളുടേയും പ്രയോജനങ്ങൾ അതിന് അർഹരായവരിൽ എത്തുന്നുണ്ടോയെന്നുള്ളതാണ് ചോദ്യവും ഉത്തരവും എല്ലാവർക്കും അറിയാവുന്ന ഒരു വലിയ വിഷയം. ജി.എസ്.ടിയുടെ കാര്യത്തിൽ അതിന്റെ ഗുണഫലങ്ങൾ യഥാർത്ഥ ഉപഭോക്താക്കളിലെത്തട്ടെ എന്ന് ആശംസിക്കുകയും പ്രതീക്ഷിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

ചീഫ് എഡിറ്റർ





വെള്ളിത്തിരയിലെ പെരുന്തച്ചൻ

മനുഷ്യ മനസിന്റെ ഭാവനകളെ സ്വപ്നങ്ങളിലെന്നതു പോലെ മായാജാലത്തിന്റെ ദൃശ്യവിസ്ഫോടനം സൃഷ്ടിച്ച ഇന്ത്യൻ സിനിമയുടെ പെരുന്തച്ചൻ, വാക്കിനാൽ വർണ്ണിക്കുന്നതിനപ്പുറമുള്ള ദൃശ്യഭംഗി ഇന്ത്യൻ സിനിമ ചരിത്രത്തിനു സമ്മാനിച്ച കലാസംവിധായകൻ, സാബു സിറിൾ വിശേഷങ്ങൾ പങ്കുവെക്കുന്നു.....

മികച്ച കലാസംവിധാനം വഴി ഇന്ത്യൻ സിനിമകളുടെ പ്രശസ്തി ലോകത്താകമാനം എത്തിക്കുന്നതിൽ പങ്കു വഹിച്ച പ്രതിഭ, വെള്ളിത്തിരയിലെ വിസ്മയങ്ങൾക്ക് ഇതൾ വിരിയിച്ച ജാലവിദ്യക്കാരൻ, ഗോവയിൽ നടന്ന 46-ാമത് അന്താരാഷ്ട്ര ചലച്ചിത്രോത്സവത്തിന്റെ വേദി രൂപകല്പന ചെയ്യാനുള്ള നിയോഗം ലഭിച്ച പ്രശസ്ത കലാസംവിധായകൻ, അയ്യർ ദ ഗ്രേറ്റ് മുതൽ സംഘമിത്ര വരെയുള്ള നൂറ്റമ്പതിലധികംസിനിമകൾക്കും 3500 ലധികം പരസ്യചിത്രങ്ങൾക്കും സെറ്റുകൾ ഒരുക്കി ഇന്ത്യൻ സിനിമാ ചരിത്രത്തിൽ സ്വന്തം പേര് എഴുതി ചേർത്ത് വിജയങ്ങൾ തുടർക്കഥയാക്കിയ കലാകാരൻ എന്നിങ്ങനെ നീളുന്നു വിശേഷണങ്ങൾ. ബാഹുബലിയുടെ വിജയാരവം അടങ്ങുംമുമ്പ് ചരിത്രപശ്ചാത്തലത്തിലൊരുങ്ങുന്ന സംഗമിത്രയെന്ന തമിഴ്ചിത്രത്തെ മറ്റൊരു വിസ്മയമാക്കാനുള്ള തയ്യാറെടുപ്പിലാണ് സാബുവും സംഘവും.

പഠന കാലം...?

ഓർമ്മകൾ ഭാവനയെ സ്വാധീനിച്ചിട്ടുണ്ടോ ?

ഞാൻ വളർന്നത് വാൽപ്പാറ എസ്റ്റേറ്റിലാണ്. മാൽഗുഡി ഡെയ്സിലൊക്കെ വായിച്ചതു പോലെയുള്ള ഒരു സ്ഥലമാണത്. ആ പ്രകൃതി എന്നെ സ്വാധീനിച്ചിട്ടുണ്ട്. കുട്ടികാലത്ത് എനിക്ക് കഥകൾ പറഞ്ഞു തരുന്ന ഒരു അങ്കിളുണ്ടായിരുന്നു, സേവ്യർ. അദ്ദേഹം ജോലിസ്ഥലത്തു നിന്നും നാട്ടിൽ അവധിക്ക് എത്തുമ്പോൾ ഞങ്ങൾ കുട്ടികൾക്ക് ഒരുപാട് കഥകൾ പറഞ്ഞു തരുമായിരുന്നു. അന്നുകേട്ട കഥകൾ ഭാവന വളരാൻ സഹായിച്ചിട്ടുണ്ട്. കുട്ടിക്കാലത്ത് ഞാൻ ഒരുപാട് കഥാപുസ്തകങ്ങളും വായിച്ചിട്ടുണ്ട്. അവയൊക്കെ പിൽക്കാലത്ത് ഉപകാരപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. മദ്രാസ് സ്കൂൾ ഒഫ് ആർട്ട്സ് ആന്റ് ക്രാഫ്റ്റസിൽ നിന്ന് ബിരുദം നേടി. 1988 മുതലാണ് കലാസംവിധാന ജീവിതം ആരംഭിക്കുന്നത്. 1985ൽ വീട്ടുകാരുടെ എതിർപ്പ് മറികടന്നാണ് ചെന്നൈ സ്കൂൾ ഓഫ് ആർട്സിൽ ചേർന്നത്. പഠനം കഴിഞ്ഞയുടൻ 5000രൂപ ശമ്പളത്തിൽ ഹിന്ദുസ്ഥാൻ തോംസൺ കമ്പനി ജോലി ഓഫർ ചെയ്തെങ്കിലും ആ വഴി വേണ്ടെന്നു വച്ച് സ്വതന്ത്രമായി ജോലി തുടങ്ങി. പ



രസ്യചിത്രങ്ങളായിരുന്നു ആദ്യം ചെയ്തത്. അമ്മാവൻ എ.വിൻസന്റ് പ്രശസ്ത സിനിമാ ഛായാഗ്രഹകനായിരുന്നെങ്കിലും സിനിമാരംഗം ചിന്തയിലില്ലായിരുന്നു.

സിനിമയിലേക്കുള്ള ചുവടുവെയ്പ്..?

ഭദ്രന്റെ അയ്യർ ദി ഗ്രേറ്റിൽ തീവണ്ടിയപകടത്തിന്റെ ഭാഗം ചെയ്തായിരുന്നു സിനിമാരംഗത്തെ തുടക്കം. പിന്നീടാണ് അമരം ചെയ്തത്, അമരത്തിൽ സ്രാവിനെ ഉണ്ടാക്കാനാണ് ഭരതേട്ടൻ വിളിച്ചത്. സെറ്റിലെത്തിയപ്പോൾ മുഴുവൻ സിനിമ ചെയ്യാൻ പറ്റുമോ എന്നു ചോദിച്ചു. ഭരതേട്ടന്റെ കൂടെയുള്ള അനുഭവം എനിക്ക് മറക്കാൻ പറ്റില്ല. സംവിധായകൻ എന്നതിനു പുറമെ അദ്ദേഹം ഒരു ആർട്ട് ഡയറക്ടറായിരുന്നു. സിനിമ രംഗത്ത് ഞാൻ രംഗപ്രവേശം ചെയ്യാനുള്ള പ്രധാന കാരണം ഭരതേട്ടനാണ്. അന്ന് അദ്ദേഹം പകർന്നു നൽകിയ ആത്മവിശ്വാസമാണ് കലാസംവിധായകനാകാം എന്ന തീരുമാനത്തിൽ എന്നെ എത്തിച്ചത്. അന്നത്തെ കാലത്ത് കാലാപാനിയായിരുന്നു വെല്ലുവിളി നിറഞ്ഞ വർക്ക്. തകർന്ന സെല്ലുലാർ ജയിലൊഴികെ ബ്രിട്ടീഷ് കാലത്തെ പുനരവതരിപ്പിക്കാൻ മറ്റെല്ലാം ആൻഡമാൻ ദ്വീപിൽ എത്തിക്കേണ്ടിവന്നു. 1993ൽ പ്രിയദർശൻ സംവിധാനം ചെയ്ത ഗർദ്ദിഷ് എന്ന ചിത്രത്തിലൂടെയാണ് ബോളിവുഡിലെത്തിയത് .

കലാസംവിധാനത്തിലെ ടെക്നിക്കുകൾ പുതുതലമുറക്ക് കൈമാറാൻ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ടു തുടങ്ങുവാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്നുണ്ടോ?

ഇപ്പോൾ എന്റെ കൂടെ അസിസ്റ്റ് ചെയ്യാൻ 35 പേരുണ്ട്. അവരൊക്കെയും ആർട്ട് ഡയറക്ഷൻ പഠിച്ച് വന്നിരിക്കുന്നവരാണ്, പൂനെ ഫിലിം ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ടിൽ പ്രൊഡക്ഷൻ ഡിസൈനിങ് കോഴ്സ് ഉണ്ട് അവിടെ ഞാൻ ക്ളാസ് എടുക്കാറുണ്ട്.

കൂടുതൽ വർക്കുകളും പ്രിയദർശനൊപ്പം ആയിരുന്നല്ലോ? സെലക്റ്റീവ് ആവാറുണ്ടോ...

പ്രിയനുമായി ഇപ്പോൾ 74 സിനിമകൾ കഴിഞ്ഞു. എന്റെ സുഹൃത്ത് കൂടിയാണ് പ്രിയൻ. മനസ്സിലുള്ളത് തുറന്നു പറയുകയും പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന ആളായതു കൊണ്ട് തന്നെ ഞങ്ങൾ തമ്മിൽ ഒരു ആത്മബന്ധം ഉണ്ട്. കലാ സംവിധാനത്തിൽ മികച്ച ചിത്രങ്ങൾ ഒരുക്കാൻ പ്രിയന്റെ കൂട്ടുകെട്ട് സഹായിച്ചിട്ടുണ്ട്.

ഈ സൗഹൃദത്തിൽ പുതിയ സിനിമ ഉടൻ പ്രതീക്ഷിക്കാമോ?

മോഹൻലാലിനെ നായകനാക്കി പുതിയ സിനിമയുടെ വർക്കുകൾ അണിയറയിൽ നടക്കുന്നുണ്ട്. ഒപ്പത്തിനു ശേഷം ഞങ്ങൾ ഒന്നിക്കുന്ന ചിത്രമായിരിക്കും ഇത്.

ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും ചിലവേറിയ സിനിമയിൽ പ്രവർത്തിച്ചതിന്റെ വിജയ വിശേഷങ്ങൾ...

സാങ്കൽപ്പിക രാജകൊട്ടാരവും യുദ്ധവുമൊക്കെ കൺമുമ്പിൽ കാണിച്ചു തരികയാണ് ബാഹുബലി. മഹിഷ്മതി എന്ന സാങ്കൽപിക രാജ്യവും അവിടുത്തെ കാഴ്ച്ചകളും കൊട്ടാരവും അമരേന്ദ്രബാഹുബലിയെന്ന രാജാവുമെല്ലാം സിനിമ കഴിഞ്ഞ് ഇറങ്ങുന്ന പ്രേക്ഷകനോടൊപ്പം മനസുകളിലേക്ക് കടന്നുകയറും. കഴിഞ്ഞ അഞ്ച് വർഷങ്ങൾ ബാഹുബലിക്ക് വേണ്ടി മാത്രം മാറ്റിവെച്ച വർഷങ്ങളാണ്. സാധാരണ ഒരു സിനിമ ചെയ്യുമ്പോൾ അതിനോടൊപ്പം വേറെ സിനിമകളും ഞാൻ ചെയ്യാറുണ്ട്. പക്ഷേ ബാഹുബലിക്കൊപ്പം മറ്റൊരു സിനിമ എന്റെ ചിന്തകളിൽ ഇല്ലായിരുന്നു. അത്രത്തോളം പ്രാധാന്യം ബാഹുബലിയ്ക്ക് എന്റെ ജീവിതത്തിലും കരിയറിലുമുണ്ട്. ബാഹുബലി ആദ്യാവസാനം എല്ലാം പ്രയാസകരമായിരുന്നു. ഓരോ രംഗവും വെല്ലുവിളി നിറഞ്ഞതായിരുന്നു. രാജമൗലിക്കും പ്രഭാസിനുമൊപ്പം കരിയറിലെ അഞ്ചു വർഷങ്ങൾ ആ ഒറ്റ ചിത്രത്തിനായി ഞാൻ മാറ്റി വെച്ചിരുന്നു. സിനിമയുടെ തുടക്കത്തിലെ വെള്ളച്ചാട്ടം ആതിരപ്പള്ളിയിലാണ് ഷൂട്ട് ചെയ്തത്. ഒരു മാസത്തോളം ഞങ്ങൾ അവിടെ ഉണ്ടായിരുന്നു. 98 അടി പൊക്കത്തിലുള്ള രംഗം വരെ അവിടെയാണ് ചിത്രീകരിച്ചത്.സിനിമയിലെ മൃഗങ്ങൾ ഒന്നും യഥാർത്ഥ മൃഗങ്ങളല്ല. അതെല്ലാം ഉണ്ടാക്കിയെടുത്തതാണ്. ഇപ്പോൾ സിനിമയിൽ ജീവനുള്ള മൃഗങ്ങളെ ഉപയോഗിക്കുന്നതിന് വിലക്കുള്ളതിനാൽ ആനയെയും കുതിരയെയും പോത്തിനെയുമെല്ലാം ഉണ്ടാക്കിയെടുക്കുകയായിരുന്നു. കൃത്രിമ ആനയിൽ 10 ആളു





കൾ കയറി ഇരുന്നിട്ട് പുറകിൽ നിന്ന് കുറച്ച് ആളുകൾ കയറിട്ട് വലിച്ചാണ് ആന ചിന്നം വിളിക്കുന്ന രംഗം ചിത്രീകരിച്ചത്. സിനിമയിലെ മനോഹരമായൊരു രംഗമായിരുന്നു അത്.

ഒരു നല്ല വർക്ക് ശ്രദ്ധിക്കപ്പെടാതെ പോയ അനുഭവങ്ങൾ ഉണ്ടായിട്ടുണ്ടോ ?

ഏറെ ഉണ്ടായിട്ടുണ്ട്. 'കണ്ണത്തിൽ മുത്തമിട്ടാൽ' എന്ന ചിത്രത്തിലെ കടലിലൂടെയുള്ള യാത്ര ഞാൻ കൃത്രിമമായി ഉണ്ടാക്കിയെടുത്തതായിരുന്നു. പക്ഷേ അതെക്കുറിച്ച് ആരും ഒന്നും പറഞ്ഞില്ല. വലിയ ഒരു ടാങ്ക് സെറ്റ് ചെയ്ത് അതിൽ നുരയുണ്ടാക്കാനായി സർഫ് കലക്കി. പിന്നെ ഒരു പ്രത്യേക രീതിയിൽ ബോട്ട് ചലിപ്പിച്ച് തിരമാലകളുണ്ടാക്കി. എന്നാൽ പ്രശംസ ലഭിച്ചത് ബീച്ചിൽ ഉണ്ടാക്കിവെച്ച ബോട്ടിനായിരുന്നു. അതുണ്ടാക്കാൻ വലിയ ബുദ്ധിമുട്ടൊന്നും ഉണ്ടായിട്ടില്ല.

സംഘമിത്രയുടെ വിശേഷങ്ങൾ ?

ഇന്ത്യൻ സിനിമയിലെ കളക്ഷൻ റെക്കോർഡുകളെല്ലാം തകർത്തെറിഞ്ഞ ബാഹുബലിക്ക് പിന്നാലെ തമിഴ് ചലച്ചിത്ര ലോകത്ത് അത്ഭുതം കുറിക്കാനെത്തുന്ന സംഘമിത്രക്കൊപ്പമാണ് ഇപ്പോൾ ഉള്ളത്.

എട്ടാം നൂറ്റാണ്ടിലെ സംഘമിത്രയെന്ന ധീര വനിതയുടെ ജീവിതമാണ് സംഘമിത്ര അനാവരണം ചെയ്യുന്നത്. 250 കോടി മുതൽമുടക്കിൽ നിർമിക്കുന്ന ചിത്രം സംവിധാനം ചെയ്യുന്നത് സുന്ദർ സി ആണ്. ബാഹുബലിയെപ്പോലെ സംഘമിത്രയും രണ്ട് ഭാഗങ്ങളിലായാണ് തിയേറ്ററിലെത്തുക. അടുത്തവർഷം അവസാനം ആദ്യഭാഗം പുറത്തിറങ്ങും.

പരിമിതമായ ചിലവുകളിലും ഇത്തരത്തിലുള്ള ദൃശ്യവിസ്മയം സാധിക്കുമോ?

കലാസംവിധായകൻ എന്ന നിലയിൽ ബജറ്റിനെക്കാൾ ഉപരി ഞാൻ ചെയ്യുന്ന ജോലി മികച്ചതാകണമെന്ന ലക്ഷ്യമാണ് എനിക്കുള്ളത്. ദൃശ്യഭംഗിക്കു വേണ്ടി പശ്ചാത്തലവും ലൈറ്റിങ്ങും കൊറിയോഗ്രാഫിയുമെല്ലാം തീരുമാനിക്കുന്നതിൽ പ്രൊഡക്ഷൻ ഡിസൈനർക്ക് മുഖ്യപങ്കുണ്ട്. അതിനാവശ്യമായ ഗവേഷണങ്ങൾ നടത്തി സെറ്റ് എങ്ങനെ വേണം, കഥാപാത്രങ്ങളുടെ വേഷവിധാനം, ഏതു രീതിയിലുള്ള പ്രകൃതിയും പശ്ചാത്തലവുമായിരിക്കണം എന്നെല്ലാം തീരുമാനിക്കുന്നത് പ്രൊഡക്ഷൻ ഡിസൈനറുടെ ചുമതലയാണ്. വളരെ ചുരുങ്ങിയ ബജറ്റിൽ പരിമിതമായ വിഭവങ്ങളുപയോഗിച്ച് നല്ല റിസൾട്ട് ഉണ്ടാക്കുക എന്നത് ഒരു വെല്ലുവിളി തന്നെയാണ്. എനിക്ക് ആദ്യ ദേശീയ അവാർഡ് നേടിത്തന്ന 'തേന്മാവിൻ കൊമ്പത്ത്' എന്ന ചിത്രത്തിന്റെ കാര്യം ഓർമ വരുന്നു. അതിലെ ഏറെ പ്രശസ്തമായ 'എന്റെ മനസ്സിലൊരു' എന്ന പാട്ടിന്റെ ചിത്രീകരണത്തിന് സെറ്റിടാൻ നിർമാതാവിന്റെ കൈയിൽ പണമില്ല. ഒടുവിൽ നാലുപാടുനിന്നും കിട്ടിയ പാഴ്‌വസ്തുക്കളുപയോഗിച്ച് ചെന്നൈ മുരുകാലയ സ്റ്റുഡിയോയിലാണ് സെറ്റിട്ടത്. ചിലവ് വെറും 13000 രൂപ. പക്ഷേ ആ ഗാനരംഗം ഏറെ പ്രശംസിക്കപ്പെട്ടു.

വിസ്മയം മാറ്റുരച്ച മറ്റൊരു വേദി...

ആർപി ഗ്രൂപ്പ് ചെയർമാനും പ്രമുഖ വ്യവസായിയുമായ ഡോ. രവി പിള്ളയുടെ മകൾ ആരതിയുടെ വിവാഹത്തിന് വേണ്ടി ചെയ്ത സെറ്റ് ആയിരുന്നു അത്. ആദ്യമായാണ് ഒരു വിവാഹത്തിന് വേദിയൊരുക്കിയത്. ലോകോത്തര ഡിസൈനർമാരെല്ലാം മാറ്റുരച്ച മൽസരത്തിനൊടുവിലായിരുന്നു തിരഞ്ഞെടുപ്പ്. രാജസ്ഥാനിലെ പ്രശസ്തമായ ജോധ്പൂർ കൊട്ടാരത്തിന്റെ മാതൃകയിലാണ് കല്യാണ പന്തലിന്റെ ഇന്റീരിയർ വർക്ക് ചെയ്തിരുന്നത്. ഇൻഡോറിൽ ചെയ്യുന്ന ലോകത്തെ തന്നെ ഏറ്റവും വലിയ സെറ്റായിരുന്നു ഇത്. ഇത്രയും വിശാലതയിൽ കാറ്റും മഴയും ഒന്നും ഏൽക്കാതെ എല്ലാവർക്കും എല്ലാം കാണത്തക്ക രീതിയിൽ ഇത്രയും സജ്ജീകരണങ്ങൾ ചെയ്യുന്നത് വലിയ വെല്ലുവിളിയാണ്. രാജമൗലിയുടെ ബ്രഹ്മാണ്ഡ ചിത്രമായ ബാഹുബലിയെ വെല്ലുന്ന കൂറ്റൻ സെറ്റുകൾ കേരളത്തിൽ ഒരുങ്ങിയിരുന്നു. ലോക റിക്കോർഡ് തകർക്കുന്നതായിരുന്നു പന്തൽ.

കുടുംബം ?

ഭാര്യ സ്നേഹലത ചലച്ചിത്രകാരൻ വിൻസെന്റ് മാസ്റ്ററുടെ മകളാണ്. രണ്ട് മക്കളാണ്. മൂത്ത മകൾ ശ്വേത വിഷ്വൽ കമ്മ്യൂണിക്കേഷനു ശേഷം ന്യൂയോർക്കിൽ നിന്നു ഫാഷൻ ടെക്നോളജി പഠിച്ചു. ഇപ്പോൾ പ്രൊഡക്ഷൻ ഡിസൈനറായി വർക്ക് ചെയ്യുന്നു. ഇളയ മകൾ സൗമ്യ സിംഗപ്പൂരിൽ ആനിമേഷൻ പഠിച്ചു. ഇപ്പോൾ ചേച്ചിയോടൊപ്പം ജോലി ചെയ്യുന്നു.

റാവണിൽ ഷാരൂഖ് ഖാനെയും യന്തിരനിൽ രജനീകാന്തിനെയും അന്ന്യനിൽ വിക്രമിനെയും ബാഹുബലിയിൽ മഹിഷ്മതിയേയും അവിസ്മരണീയമാക്കി തീർത്ത, തൊട്ടതെല്ലാം പൊന്നാക്കിയ സാബു സിറിളിന്റെ കൂടുതൽ വിസ്മയങ്ങൾക്കായി കാത്തിരിക്കുകയാണ് ഇന്ത്യൻ സിനിമാ ലോകം. ●

സിയ വെട്ടിക്കൽ



L'ORÉAL
PARiS

സൗന്ദര്യത്തിന്റെ മാന്ത്രികച്ചെപ്പുകൾ

ഒരു നൂറ്റാണ്ടിലേറെക്കാലമായി ലോക ജനതയെ സുന്ദരന്മാരും സുന്ദരികളുമാക്കുന്നതിൽ നിർണ്ണായകമായ പങ്കു വഹിച്ചു വരുന്ന കമ്പനിയാണ് L'OREAL PARiS

1909 ൽ Eugène Schueller എന്ന സംരഭക മനോഭാവമുള്ള ഒരു യുവ രസതന്ത്രജ്ഞൻ സ്ഥാപിച്ച L'Oreal Paris എന്ന ചെറിയ കമ്പനിയാണ് ഇന്ന് ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും മികച്ച സൗന്ദര്യ വർദ്ധക ഉത്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുന്ന കമ്പനികളിൽ ഒന്നാമതായി നിൽക്കുന്നത്.

ഹെയർ ഡൈ ആണ് അദ്ദേഹം ആദ്യം നിർമ്മിച്ചത്. ഇത് പാരീസിലെ മുടി വെട്ടുന്നവർക്കിടയിൽ അദ്ദേഹം ഉണ്ടാക്കി വിൽക്കുകയും ചെയ്തു. Eugène Schueller ന്റെ നിരന്തരമായ ഗവേഷണത്തിന്റെ ഫലമായിരുന്നു ആ ഹെയർ ഡൈ. ഈ ഗവേഷണ മനോഭാവവും നൂതനമായ സാങ്കേതിക വിദ്യകളും ഇപ്പോഴും L'Oreal Paris ന്റെ DNA യിൽ അലിഞ്ഞ് ചേർന്നിരിക്കുന്നു.

L'Oreal Paris ന്റെ നാൾ വഴികൾ

Eugene Schueller ഫ്രാൻസിലെ നാഷണൽ കെമിക്കൽ എൻജിനീയറിംഗ് സ്ക്കൂളിൽ നിന്നും ബിരുദധാരിയായി Ecole Nationale Supérieure de Chimie de Paris കോളേജിൽ നിന്നും 1904 ൽ പഠിച്ചിറങ്ങി.

തന്റെ സംരംഭക കഴിവുകളെ തിരിച്ചറിഞ്ഞ അദ്ദേഹം 1909 ജൂലൈ 30 ന് L'Oréal, Société Française des Teintures Inoffensives pour Cheveux company സ്ഥാപിച്ചു. ഒരു യുവ രസതന്ത്രജ്ഞനായ Schueller പുതിയ ആശയങ്ങൾ അവതരിപ്പിക്കാനുള്ള കഴിവ് പ്രകടിപ്പിച്ചു. 1907 ൽ തന്റെ പുതിയ ആശയത്തിൽ നിന്നും ഉത്ഭവിച്ച ഹെയർ ഡൈ അദ്ദേഹം നിർമ്മിച്ചു. അതിന് Oreal എന്ന പേരും നൽകി. അപകടകരമല്ലാത്ത രാസവസ്തുക്കളാൽ നിർമ്മിച്ചവയായിരുന്നു ഈ ഹെയർ ഡൈ. ഈ പ്രോഡക്ട് മാർക്കറ്റിൽ പുതിയ ഒരു വഴിത്തിരിവിന് കാരണമായി. പഴയ പ്രോഡക്ടുകളിൽ നിന്നും വ്യത്യസ്തമായി വിവിധ വർണ്ണങ്ങളിൽ അവ നിർമ്മിക്കപ്പെട്ടു. ഇതിൽ ഹെന്നയും ധാതു ലവണങ്ങളും ചേർന്ന് തിളക്കമാർന്ന ഒരു ആർട്ടിഫിഷൽ ലുക്കും ഉണ്ടാക്കി. Schueller 1908 മാർച്ച് 24 ന് ഇത് പേറ്റന്റിനായി സമർപ്പിച്ചു.

തന്റെ ദൃഢനിശ്ചയവും ആത്മാർത്ഥമായ പ്രവർത്തനങ്ങളും കൊണ്ടാണ് കമ്പനിയെ കെട്ടിപടുത്തത്. അദ്ദേഹം പാരീസിലെ ഹെയർ



Eugène Schueller



സ്റ്റൈലിസ്റ്റുകളെ തന്റെ ഡൈ ഉപയോഗിക്കാൻ പ്രേരിപ്പിച്ചു. തന്റെ പ്രോഡക്റ്റ് ഫ്രാൻസിൽ മുഴുവൻ വിറ്റഴിക്കുവാനായി ഫ്രാൻസിന്റെ വിവിധ സ്ഥലങ്ങളിൽ ഓഫീസ് തുടങ്ങി. ഇതിന്റെ പ്രചരണത്തിന്റെ ഭാഗമായി അദ്ദേഹം ഒരു ഹെയർ കളറിംങ്ങ് സ്ക്കൂൾ തന്റെ മേൽനോട്ടത്തിൽ പാരീസിലെ Rue du Louvre സ്ഥാപിച്ചു. അതിനായി റഷ്യയിൽ നിന്നും ഒരു ഹെയർ സ്റ്റൈലിസ്റ്റിനെ കൊണ്ടുവന്നു. കമ്പനിയുടെ വിജയം ഹെയർ ഡൈയിലാണെന്ന് മനസ്സിലാക്കിയ അദ്ദേഹം ഈ പ്രൊഫഷനുമായി അടുത്ത് ബന്ധം പുലർത്തുകയും ചെയ്തു.

സകലകലാവല്ലഭനായ Eugène Schueller തന്റെ പരിശ്രമത്താൽ പല ബിസിനസ്സുകളും ആരംഭിച്ചു. അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഇൻഡസ്ട്രിയൽ വിജയത്തിന്റെ കാരണം ഗവേഷണവും കാലത്തിനനുസരിച്ചുള്ള നവീകരണവുമാണെന്ന് അദ്ദേഹം വിശ്വസിച്ചു. അതായിരുന്നു കമ്പനിയുടെ വളർച്ചയുടെയും വിജയത്തിന്റെയും മൂലക്കല്ല്.

ഒന്നാം ലോകമഹായുദ്ധത്തിന് ശേഷം ഒരു പുതിയ യുഗാരംഭമായിരുന്നു. ഇതിന്റെ ഫലമായി ലോകത്തിലെമ്പാടുമുള്ള സ്ത്രീകൾ ജോലി ചെയ്യുവാനും പണം സമ്പാദിക്കുവാനും ആരംഭിച്ചു. സ്ത്രീകൾ തങ്ങളുടെ അപ്പിയറൻസ് മെച്ചപ്പെടുത്താനും, പ്രായമാകുന്നത് പ്രകടമാകാതിരിക്കുവാനും ശ്രദ്ധിക്കാൻ തുടങ്ങി. ഈ മാറ്റം ക്വാളിറ്റി പ്രോഡക്ടായ L'Oreal നെ വിജയത്തിലേക്ക് നയിച്ചു. ഫ്രാൻസിനുമപ്പുറം ആസ്ട്രേലിയ, നെതർലാന്റ്, യുഎസ്, യു.കെ., കാനഡ, ബ്രസീൽ എന്നിവിടങ്ങളിലേക്ക് LOreal കടന്നു ചെന്നു.

സകലകലാവല്ലഭനായ Eugène Schueller തന്റെ പരിശ്രമത്താൽ പല ബിസിനസ്സുകളും ആരംഭിച്ചു. അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഇൻഡസ്ട്രിയൽ വിജയത്തിന്റെ കാരണം ഗവേഷണവും കാലത്തിനനുസരിച്ചുള്ള നവീകരണവുമാണെന്ന് അദ്ദേഹം വിശ്വസിച്ചു. അതായിരുന്നു കമ്പനിയുടെ വളർച്ചയുടെയും വിജയത്തിന്റെയും മൂലക്കല്ല്. Schueller ഈ സമയം സൗന്ദര്യ വ്യവസായത്തിൽ പുത്തൻ പുരോഗതികൾ കൈവരിച്ച് കൊണ്ടിരുന്നു.

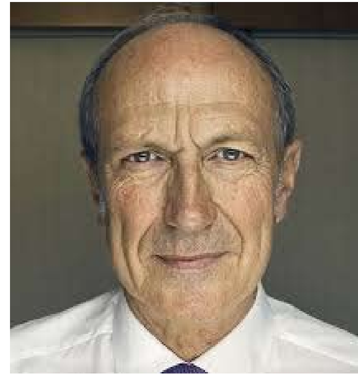
1928 ൽ LOreal കമ്പനി Savons Francais എന്ന കമ്പനി ഏറ്റെടുത്തു. 1929 ൽ ഹെയർ കെയർ വിഭാഗം ആരംഭിച്ചു. O'Cop Hair lotion അവതരിപ്പിച്ചു. ഫ്രാൻസിനെ വ്യക്തിപരമായ ശുചിത്വത്തെക്കുറിച്ച് കൂടുതൽ ബോധവാന്മാരാക്കാൻ വേണ്ടി നിരവധി ക്യാമ്പെയിനുകൾ ചെയ്തു. ഇതിലൂടെ കമ്പനിക്ക് കൂടുതൽ പേര് കിട്ടുവാൻ അദ്ദേഹം കാരണക്കാരനായി. ഏകദേശം 1930-40 കാലഘട്ടങ്ങളിൽ Eugène Schueller മുടിയുടെ ആകാര ഭംഗിക്കായി നിരവധി പ്രോഡക്ടുകൾ മാർക്കറ്റിൽ അവതരിപ്പിക്കുകയും മുടിയുടെ ഫൈബറിൽ നുഴഞ്ഞ് കയറാൻ സാധിക്കുന്ന ഒരു ഓർഗാനിക്ക് കളർ സൊലൂഷൻ 1930 കളിൽ അദ്ദേഹം വികസിപ്പിക്കുകയും ചെയ്തു. ഇതിന്റെ സുരക്ഷിതത്വത്തിന് വേണ്ടി പാക്കിംഗ് രണ്ട് രീതികളിൽ ആക്കി.ഹെയർ സ്റ്റൈലിസ്റ്റുകൾക്കുവേണ്ടിയും സാധാരണ കസ്റ്റമേഴ്സിനു വേണ്ടിയും. 1931 ൽ അദ്ദേഹം ബ്ലീച്ചിംഗിന് പരിഹാരമായ ഒരു സൊലൂഷനും കണ്ടെത്തി.

1935 ൽ LOreal ന്റെ ആദ്യത്തെ ഷാമ്പു അവതരിപ്പിച്ചു. അന്നുവരെ ഉള്ളതിൽ വച്ച് ഏറ്റവും മികച്ച ഷാമ്പൂ ആയിരുന്നു അവർ വികസിപ്പിച്ചത്. ഇതിൽ സോപ്പിന്റെ അംശം ഇല്ലായിരുന്നു. ആദ്യ കാലത്ത് ഒരു ലിറ്റർ കുപ്പിയിലാണ് വിറ്റുകൊണ്ടിരുന്നത്. ഇതിനു ശേഷം ഷാമ്പൂ ഫ്രാൻസിലെ ജനങ്ങളുടെ നിത്യ ജീവിതത്തിന്റെ ഭാഗമായി. 1955 ൽ അവർ തങ്ങളുടെ കളർ എൻഹാൻസിങ്ങ് ഷാമ്പുവും അവതരിപ്പിച്ചു.

1957 ൽ Schueller അന്തരിച്ചു. അദ്ദേഹത്തിന് ശേഷം Francois Dalle കമ്പനിയുടെ ചുമതല ഏറ്റെടുത്തു. അദ്ദേഹം കമ്പനിയെ കൂടുതൽ ഉയരങ്ങളിലേക്ക് എത്തിച്ചു. Dalle ന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ കൂടുതൽ മികച്ച ഇന്റർനാഷണൽ കമ്പനിയായി വളരുവാൻ LOreal Paris ന് സാധിച്ചു. 1963ൽ LOreal കമ്പനി പാരീസ് സ്റ്റോക്ക് എക്സ്ചേഞ്ചിൽ രജിസ്ട്രർ ചെയ്തു. 1967 മുതൽ ഗ്രൂപ്പിന്റെ മാർക്കറ്റ് ക്യാപ്പിറ്റലൈസേഷൻ 750 തവണ ഇരട്ടിയായി. 1964ൽ കമ്പനി Lancome എന്ന കമ്പനി ഏറ്റെടുത്തു Lancome perfume, skin care എന്നീ വിഭാഗങ്ങളിൽ ഇന്റർനാഷണൽ തല


Francois Dalle


Lindsay Owen Jones


Jean Paul Agon

ത്തിൽ ശ്രദ്ധനേടിയ ഒരു കമ്പനി ആയിരുന്നു. ഇത് LOreal Paris ന്റെ പെർഫ്യൂം സ്കിൻ കെയർ വിഭാഗത്തിലേക്കും എത്തിച്ചു. 1973 ൽ സ്കിൻ കെയർ, ഡെർമ്മറ്റോളജി, ഡെർമോ ഫാർമസ്യൂട്ടിക്കൽ എന്നീ വിഭാഗത്തിൽ ശ്രദ്ധ ചെലുത്തിയിരുന്ന Synthelabo എന്ന റിസേർച്ച് കമ്പനിയും ഏറ്റെടുത്തു. പിന്നീട് കമ്പനി വിവിധ രാജ്യങ്ങളിലായി നിരവധി റിസേർച്ച് സെന്ററുകൾ തുടങ്ങി.

1974 ൽ കമ്പനിയുടെ ഒരു വിഹിതം ഷെയർ Nestle ഏറ്റെടുത്തു. ജപ്പാൻ പോലുള്ള രാജ്യങ്ങളിലേക്ക് പ്രോഡക്ടുകൾ എത്തിക്കുക എന്ന ഉദ്ദേശത്തോടെയായിരുന്നു ഇത്.

കമ്പനിയുടെ നിരവധി വിജയങ്ങൾക്ക് ശേഷം 1988 ൽ Francois Dalle കമ്പനിയുടെ ചെയർമാൻ ആൻഡ് ചീഫ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് ഓഫീസർ സ്ഥാനത്തുനിന്ന് ഒഴിഞ്ഞശേഷം Lindsay Owen Jones കമ്പനിയുടെ ചീഫ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് ഓഫീസർ ആൻഡ് ഡയറക്ടർ സ്ഥാനം ഏറ്റെടുത്തു. അദ്ദേഹത്തിന്റെ കീഴിൽ ലോകത്തിലെ നമ്പർ വൺ കോസ്മെറ്റിക്സ് ഉത്പന്നങ്ങളുടെ കമ്പനിയായി മാറി LOreal.

1994 ൽ അവർ ഇന്ത്യയിൽ തങ്ങളുടെ ഉത്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുവാൻ ആരംഭിച്ചു. ഇന്ത്യയിൽ ഇന്റർനാഷണൽ കോസ്മെറ്റിക്സ് ഉത്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുവാൻ ആദ്യം അനുമതി കിട്ടിയ കോസ്മെറ്റിക് ബ്രാൻഡായിരുന്നു LOreal. അതേ വർഷം തന്നെ ഇസ്രേയേലിലും കമ്പനി തങ്ങളുടെ സാന്നിധ്യം അറിയിച്ചു. 1996 ൽ അമേരിക്കൻ കോസ്മെറ്റിക് ഭീമന്മാരായ Maybelline s\ LOreal ഗ്രൂപ്പ് ഏറ്റെടുത്തു. ഇത് കമ്പനിയുടെ ചൈനയിലേക്കുള്ള പ്രവേശനത്തിനും കാരണമായി.

1996 ന് ശേഷം നിരവധി കമ്പനികളെ LOreal ഏറ്റെടുത്തു. ഇത് കൂടാതെ യുഎസ്എ, ചൈന, ഇന്ത്യ എന്നീ രാജ്യങ്ങളിൽ വിവിധ പ്ലാന്റുകളും റിസേർച്ച് സെന്ററുകളും തുറന്നു.

2004 ൽ കമ്പനി പുരുഷന്മാർക്ക് വേണ്ടിയുള്ള സ്കിൻ കെയർ പ്രോഡക്ടുകളും രൂപപ്പെടുത്തി. 2006ൽ കമ്പനി casual luxury dress വിഭാഗത്തിൽപ്പെടുന്ന Diesal എന്ന കമ്പനിയെ ഏറ്റെടുത്തു. കൂടാതെ മാർച്ച് 2006 ൽ കോസ്മെറ്റിക് കമ്പനിയായ The Body Shop നെ 562 മില്യന് പൗണ്ടിന് ഏറ്റെടുത്തു.

2006 ഏപ്രിൽ Jean Paul Agon കമ്പനിയുടെ CEO & ഡയറക്ടർ ആയി ചുമതല ഏറ്റെടുത്തു. അന്നു മുതൽ ആദ്ദേഹമാണ് കമ്പനിയെ നയിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്.

2009 ൽ കമ്പനി തങ്ങളുടെ നൂറാം വാർഷികം ആഘോഷിച്ചു.

ഇപ്പോൾ ലോകത്തിലെ തന്നെ ഏറ്റവും മികച്ച കോസ്മെറ്റിക് കമ്പനിയാണ് LOreal . കൂടാതെ തങ്ങളുടെ എത്തിക്സിൽ അടിയുറച്ചു നിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

33.05% Bettencourt Meyers Family, 29.84% International Institutional investors, 23.12 % Nestle, 7.76% French institutional investors, 4.72% Individual share holders, 1.20% Employees & 0.31% Treasure Stock എന്നിവരുടെ കൈകളിലാണ് കമ്പനിയുടെ ഉടമസ്ഥാവകാശം നിലനിൽക്കുന്നത്.

ഫ്രാൻസിലെ Clichy ലാണ് L'Oreal ന്റെ ഹെഡ്ക്വാട്ടേഴ്സ് സ്ഥിതി ചെയ്യുന്നത്. ലോകത്താകമാനം 89,135 ജോലിക്കാർ കമ്പനിക്കുണ്ട്. പ്രതിവർഷം എകദേശം 3.297 ബില്യൻ യൂറോ ആണ് കമ്പനിയുടെ ലാഭം. മികച്ച ജോലിക്കാരും CEO യുടെ കഴിവും L'Oreal നെ ഇപ്പോൾ ലോകത്തിലെ നമ്പർ വൺ കോസ്മെറ്റിക് ബ്യൂട്ടി പ്രോഡക്ട് ആക്കിയിരിക്കുന്നു.

ജോണി സിറിയക്





റഫ് & ടഫ്

റോയൽ ഈസ് ഓൾവയിസ് റോയൽ

Made like a gun Goes like a Bullet....

സുഖമോ ദേവിയിൽ താരയുടെ മനസിൽ സണ്ണിയുടെ ഓർമ്മകൾ നിറക്കുന്ന ആ ശബ്ദത്തിന്റെ ജൈത്രയാത്ര തുടങ്ങിയിട്ടിപ്പോൾ ഒരു നൂറ്റാണ്ടിലേറെയായെങ്കിലും സുപരിചിതമായ ആ ശബ്ദത്തിനുറവിടം താരപരിവേഷമുപേക്ഷിച്ച് ഇപ്പോഴും യുവമനസുകളെ ഹരം കൊള്ളിക്കുന്നു. ക്യാമ്പസുകളിൽ രാജാവായ് വാണ റോയൽ എൽഫീൽഡ് 1890 മുതൽ ലോകത്തെ തന്റെ ഹൃദയസ്പന്ദനത്തിൽ ചേർത്തു നിർത്താൻ കഴിഞ്ഞ മരണമില്ലാത്ത പടക്കുതിര. ഇന്നും ഇരുചക്ര വാഹനപ്രേമികളുടെ മനസ്സിൽ ഒരേ ഇരിപ്പിടത്തിൽ 'ക്ളാസ്സിക്' പദവി നിലനിർത്തുവാൻ കഴിഞ്ഞ ചുരുക്കം ചിലതിൽ ബുള്ളറ്റും പെടുന്നു. മറ്റ് ഇരുചക്ര വാഹനങ്ങളിൽനിന്നും ബുള്ളറ്റുകളെ മാറ്റിനിർത്തുന്നതും അതൊക്കെ തന്നെയാണ്. പക്ഷേ കുറച്ചു പേരുടെ എങ്കിലും ശ്രദ്ധയിൽ പെടാത്ത ഒരു കാര്യം, റോയൽ എൻഫീൽഡ് എന്ന പേരിൽ തന്നെ ഒരു ബ്രീട്ടീഷ് നിർമ്മിത റൈഫിളും ഉണ്ട്. ഇത് രണ്ടും നിർമ്മിച്ചിരുന്നത് ബ്രട്ടീഷ് സാമ്രാജ്യത്തിന്റെ സൈനിക ആവശ്യങ്ങൾക്ക് വേണ്ടിയായിരുന്നു, റോയൽ എന്ന പേരു അങ്ങനെയാണ് മോട്ടോർ സൈക്കളിൽ ഇടം നേടിയത്. ബ്രിട്ടീഷ് കമ്പനി ആയ റോയൽ എൻഫീൽഡ് നിർമിച്ച 4 സ്ട്രോക്, സിംഗിൾ സിലിണ്ടർ എൻജിൻ മോട്ടോർ സൈക്കിൾ ആണ് റോയൽ എൻഫീൽഡ് ബുള്ളറ്റ്. made like a gun goes like a bullet ... എന്നായിരുന്നു സ്ലോഗൻ. ഈ വണ്ടികളെ പിന്നീട് ബുള്ളറ്റ് എന്ന പേരു വിളിക്കുന്നതിലേക്ക് നയിച്ചത്. ഒന്നാം ലോക മഹായുദ്ധത്തിലും രണ്ടാം ലോക മഹായുദ്ധത്തിലും യുദ്ധമുഖത്ത് ബുള്ളറ്റ് സൈനിക സഹചാരിയായ് മാറി. യുദ്ധാനന്തരം കമ്പനി ക്ഷയിച്ചു തുടങ്ങിയെങ്കിലും ഇവിടുന്നങ്ങോട്ടാണ് എൻഫീൽഡ് യാത്ര ഇന്ത്യയിൽ ആരംഭിക്കുന്നത്. 1971 ൽ റോയൽ എൻഫീൽഡ് കമ്പനി നിലച്ചു. ഇപ്പോൾ ഈ ബ്രിട്ടീഷ് കമ്പനിയുടെ പിന്തുടർച്ചക്കാർ ആയ റോയൽ എൻഫീൽഡ് മോട്ടോർസ് (ചെന്നൈ, ഇന്ത്യ) ആണ് ഈ മോട്ടോർ സൈക്കിൾ നിർമ്മിക്കുന്നത്. ബുള്ളറ്റ് ഓടിക്കാൻ ചില്ലറ ആരോഗ്യം പോര എന്ന പറച്ചിലാണ് കുട്ടിക്കാല നൊസ്റ്റുകളിൽ മുമ്പിൽ. സാധാരണ ബൈക്കുകളെ പോലെ ബുള്ളറ്റ് ചലിപ്പിക്കാനാവില്ലെന്ന കഥകളിൽ കാലം കുറെ പറന്നുപോയി. ഇപ്പോൾ എല്ലാ ബുള്ളറ്റിലും ഇലക്ട്രിക് സ്റ്റാർട്ടുണ്ട്. കിക്കർ ചവിട്ടി കാലും നടുവും ഉളുക്കേണ്ട. കാശ് എത്ര എറിഞ്ഞും എത്രകാലം കാത്തിരുന്നും ഇഷ്ടമോഡൽ സ്വന്തമാക്കുന്നവരാണ് ബുള്ളറ്റിന്റെ വിജയശക്തി...

ത്രക്സറ്റൺ ആർ...

റോയൽ എൻഫീൽഡ് കഫേ റേസറിന് ശക്തമായ വെല്ലുവിളി ഉയർത്തിക്കൊണ്ട് ട്രയംഫിന്റെ കരുത്തുറ്റ മോഡൽ ത്രക്സ്റ്റൺ ആർ അവതരിപ്പിച്ചിരുന്നു. അറുപതുകളിൽ ഇറങ്ങിയിരുന്ന പഴയ

മോഡലിനു സമാനമായ രൂപകൽപനയോടെയാണ് 1200 സിസി കരുത്തുള്ള ട്രക്സ്റ്റൺ എത്തിയത് ബോൺ വീൽ കുടുംബത്തിലെ ഇളമുറക്കാരനായിരുന്നു ഇത്. ലുക്ക് തന്നെയാണ് എൻഫീൽഡിനെ എന്നും റോയലാക്കുന്നത്. ലുക്ക് എന്നു പറഞ്ഞാൽ, റഫ് ആൻഡ് ടഫ് ലുക്ക് പോരാത്തതിന് കട്ട കലിപ്പ് ഭാവവും. തലമുറകൾ മാറിയാലും മാറാത്ത വിജയത്തിന്റെ വിരലടയാളമാണിത്. രാജ്യത്തെ ഒരു ബൈക്കിനും അവകാശപ്പെടാനാകാത്ത രൂപഭംഗി. ബോഡിയിൽ മെറ്റലിന്റെ പരമാവധി ഉപയോഗമാണ് മാസ് ലുക്ക് കൊടുക്കുന്നുത്. വിന്റേജ് മോട്ടോർസൈക്കിൾ വേണ്ടവർക്ക് അങ്ങനെയുള്ള ബൈക്കുകൾ. ഇത്തിരി മോഡേണാവണം എന്നുള്ളവർക്ക് ക്ലാസിക് മോഡൽ. ഹൈവേയിൽ ചെത്തിനടക്കാൻ തണ്ടർബേർഡ്. സാഹസികത ഇഷ്ടമുള്ളവർക്കായി ഹിമാലയൻ.... അങ്ങനെ നീളുന്നു റോയൽ എൻഫീൽഡ് കഥകൾ !

1000 CC ബുള്ളറ്റുമായി രാജാവ്...

രാജ്യത്തെ ഏറ്റവും പ്രശസ്തമായ ബൈക്കാണ് റോയൽ എൻഫീൽഡ് ബുള്ളറ്റ് എന്ന കാര്യത്തിൽ ആർക്കും സംശയമില്ല. ഇപ്പോൾ ഇതാ 350 സിസിയോ 500 സിസിയോ ഏതുമായിക്കൊള്ളട്ടെ, ആ ബുള്ളറ്റിനെ 1000 സിസി ബൈക്കാക്കുന്ന സാങ്കേതിക വിദ്യയുമായി എത്തിയിരിക്കുന്നു കാർബെറി ബുള്ളറ്റ്. ഓസ്ട്രേലിയൻ സ്വദേശിയായ പോൾ കാർബെറിയാണ് ഈ 1000 സിസി ബുള്ളറ്റിന്റെ സൃഷ്ടാവ്. 2011 ലാണ് കാർബെറി ബുള്ളറ്റ് ഓസ്ട്രേലിയയിലെ നിർമാണം അവസാനിപ്പിച്ചത്. ഡീം എൻജിൻ ആന്റ് മോഡിഫിക്കേഷൻസ് എന്ന കമ്പനിയാണ് ഇപ്പോൾ കാർബെറി ബുള്ളറ്റിന് ഇന്ത്യയിൽ രണ്ടാം ജന്മം ഒരുക്കിയിരിക്കുന്നത്. ഓസ്ട്രേലിയയിലെ പ്രവർത്തനം പൂർണമായും അവസാനിപ്പിച്ച് ഛത്തീസ്ഗഢിലുള്ള ബിലാഹിയിലാണ് പുതിയ നിർമ്മാണ യൂണിറ്റ് തുടങ്ങാൻ കമ്പനി ഒരുങ്ങുന്നത്. ക്രൂയിസർ ബൈക്ക് നിർമാണത്തിൽ നൂറ്റാണ്ടോളം നീ പാരമ്പര്യമുണ്ട് റോയൽ എൻഫീൽഡിന്. വിദേശ കമ്പനികൾ എമ്പാടും നിറഞ്ഞുകഴിഞ്ഞ ഇന്ത്യൻ നിരത്തുകളിൽ ഇപ്പോഴും റോയൽ എൻഫീൽഡ് ബൈക്കുകളുടെ ആഭിജാത്യത്തിന് യാതൊരു കോട്ടവും തട്ടിയിട്ടില്ല. പാരമ്പര്യത്തിന്റെ വേരിറക്കങ്ങൾ എൻഫീൽഡിനെ ഒരുകാലത്തും കടുംപിടിത്തക്കാരനാക്കിയിട്ടില്ല. പുതിയ കാലത്തിന്റെ സ്പന്ദനങ്ങൾ ഏറ്റവും സൂക്ഷമമായി അതിന്നും പിടിച്ചെടുക്കുന്നു. കഴിഞ്ഞ അഞ്ച് പതിറ്റാണ്ടിന്റെ റോയൽ എൻഫീൽഡ് ചരിത്രത്തിൽ എങ്ങുമില്ലാതിരുന്ന ഒരു വാഹനം, കഫേ റേസർ, റോയൽ എൻഫീൽഡ് കോൺടിനെന്റൽ ജിടി എന്ന പേരിൽ ലോകത്തിന്റെ നിരത്തുകളിൽ പാഞ്ഞുനടക്കുന്നു.

ഓൾഡ് ഈസ് ഗോൾഡ്...

സെൽഫ് സ്റ്റാർട്ട്.. അടിച്ച് വലത് ബ്രേക്കും ഇടത് ഗിയറും ഷിഫ്റ്റ് ചെയ്ത് ഓടിക്കാനാകും, പിന്നെ എന്ത് വ്യത്യാസം ബൈക്കിനും ബുള്ളറ്റിനും... പഴയ ബുള്ളറ്റ് ഡികമ്പ്രഷൻ പിടിച്ച് ആംബിയർ കറക്റ്റ് ചെയ്ത് കിക്ക് സ്റ്റാർട്ട് ചെയ്ത് നിങ്ങൾ പഠിക്കണമെങ്കിൽ പുതിയ ബുള്ളറ്റ് പ്രേമികളെ നിങ്ങൾ ഒന്ന് രണ്ടാഴ്ച്ച എടുക്കും. പിന്നെ ആമ്പിയർ ടൈമിങ്ങ് ശരി അല്ലെങ്കിൽ കിക്കർ റിട്ടേൺ അടിച്ച് കാലു നീരുവന്നെന്ന് ഇരിക്കാം ഇടത് ബ്രേക്കും വലത് ഗിയറും ചെറിയ ലിവർ ന്യൂട്രലും ഉള്ള ആ പഴയ ബുള്ളറ്റ് നിങ്ങൾ ഓടിക്കുകയാണെങ്കിൽ ഈ ഭൂലോകത്തുള്ള എല്ലാം വണ്ടികളും അനായാസം ഓടിക്കാം, ഓടിച്ചു പഠിച്ചവർക്ക് അറിയാം അതിനു പ്രത്യേക ഒരു രീതി തന്നെ ഉണ്ടെന്ന് അല്ലേ?



പൗരഷ പ്രതീകമായ ബുള്ളറ്റിപ്പോൾ പെൺ കൈകളിലും ഭദ്രം. ലോകത്തിന്റെ നെറുകെയിലെത്താൻ സാഹസികതയുടെ തോളിലേറി സഞ്ചരിക്കുന്ന പെൺകരുത്ത് സഹയാത്രികരിൽ പലരും പാതി വഴിയിൽ യാത്ര ഉപേക്ഷിച്ചു പോയിട്ടും ലക്ഷ്യം മുന്നിൽ കണ്ട് അടിതെറ്റാതെ ബുള്ളറ്റുമായി മുന്നോട്ടു നീങ്ങുന്ന ഹിമാലയൻ യാത്രകളിലും ഈ പെൺകരുത്ത് കാണാം. പഴകും തോറും വീര്യം കൂടുന്ന ബുള്ളറ്റ്.

ഇരുചക്രമാണെങ്കിലും ബൈക്കെന്ന് വിളിക്കാറില്ലല്ലോ ഇവനെയാരും. റോയൽ ഈസ് ഓൾവയ്സ് റോയൽ . എത്ര പറഞ്ഞാലാണ്, എത്ര പറന്നാലാണ് റോയൽ എൻഫീൽഡിനോടുള്ള കൊതി മാറുക. സൈക്കിളുന്താൻ തുടങ്ങിയ കാലം മുതൽക്കെ മനസിൽ കൊത്തി വെച്ചതാണീ പേര്. നിരത്തുകളിലെ അപൂർവതയായിരുന്നു, ഒരിക്കൽ ഈ ഒറ്റയാൻ. ഇന്ന് ബുള്ളറ്റു തട്ടി നടക്കാൻ പറ്റില്ല. ഇത്രമേൽ ഇഷ്ടം കൂടാൻ ഈ ബുള്ളറ്റിൽ എന്താണുള്ളത്? നൊസ്റ്റാൾജിയ മുതൽ കാതടപ്പിക്കുന്ന ശബ്ദം വരെ ഒരുപാട് ഉത്തരങ്ങൾ. സംഗതി വീടിനുമുന്നിൽ ഇരിക്കുമ്പോൾ ഒരു ഗമയാണ്. കുട്ടിക്കൊമ്പനെ വീട്ടിൽ കാവൽ നിറുത്തിയ പോലെ.

റോഡിലൂടെ നീങ്ങുമ്പോൾ ബുള്ളറ്റിന്റെ ശബ്ദതാളത്തിനൊപ്പിച്ച് കഴുത്തു തിരിക്കാത്ത ആരെയെങ്കിലും കണ്ടിട്ടുണ്ടോ? ലക്ഷ്യത്തിലേക്ക് അതിവേഗത്തിലും അതിസൂക്ഷ്മതയിലും പറക്കാമെന്നതാണ് ബുള്ളറ്റിന്റെ പ്രത്യേകത. പാറയും പൊടിയും നിറഞ്ഞ ഓഫ്റോഡ് ഡ്രൈവിങ്ങും, ഹിമാലയൻ മലകയറ്റവും ഒക്കെയായി ജൈത്രയാത്ര തുടരുന്നു... ●

സിയ വെട്ടിക്കൽ

സ്വരൂപം

ജോഷി ജോർജ്

ഭാരതീയരുടെ മനസ്സിൽ നിലയുറപ്പിച്ച മെട്രോമാൻ



ഇന്ത്യയിൽ രാഷ്ട്രപതി തെരഞ്ഞെടുപ്പിന്റെ ആരവത്തിനിടയിൽ ഇന്ത്യാ ടുഡെ ഒരു സർവ്വേ നടത്തി. 'കോൻ ബനേഗാ രാഷ്ട്രപതി'. അതിൽ മെട്രോമാൻ ഇ. ശ്രീധരൻ മുന്നിലെത്തി. തെല്ലും അതിശയമില്ലാത്ത കാര്യം. ഇന്ത്യ ഒന്നാകെ ആഗ്രഹിക്കുന്ന കാര്യമാണിതെന്ന് അറിയാത്തവർ രാഷ്ട്രീയ അന്ധത ബാധിച്ച രാഷ്ട്രീയക്കാർ മാത്രമായിരിക്കും. ഒട്ടേറെ ആരാധകരുള്ള അമിതാഭ് ബച്ചൻ പോലും പിന്നിലായിയെന്നതാണ് കഥയിലെ സാരം. എന്താണ് ഈ 85 കാരന്റെ പ്രത്യേകതയെന്നല്ലേ? പറയാം.

പാലക്കാട് ജില്ലയിലെ കറുകപ്പുത്തൂരിൽ മൂസതിന്റെയും കാർത്ത്യായനി എന്ന അമ്മാളു അമ്മയുടെയും മകനായി ജനിച്ച് പ്രാഥമിക വിദ്യാഭ്യാസത്തിനുശേഷം കൊയ്‌ലാണ്ടിയിലുള്ള സഹോദരിയുടെ വീട്ടിൽ താമസിച്ചായി ഹൈസ്ക്കൂൾ പഠനം. ശ്രീധരൻ എന്ന കുരുന്നു പ്രതിഭയുടെ ജീവിതത്തിലെ വഴിത്തിരിവായിരുന്നു സഹോദരി ഭർത്താവ് നാരായണ മേനോനുമായുള്ള സഹവാസം. അദ്ദേഹത്തിന്റെ ജീവിതത്തിലെ റോൾ മോഡലായിരുന്നു മേനോൻ.

തുടർന്ന് പാലക്കാട് വിക്ടോറിയ കോളേജിൽ പഠനം നടത്തവേയാണ് ടി എൻ ശേഷനുമായി പരിചയപ്പെടുന്നത്. കോളേജ് പഠന ശേഷം അദ്ദേഹം ആന്ധ്രയിൽ എൻജിനിയറിങ്ങിനു ചേർന്നു.

കുറഞ്ഞ കാലം അധ്യാപക വൃത്തിയിൽ ഏർപ്പെട്ടുവെങ്കിലും 1953 ൽ സബ് എൻഞ്ചിനിയർ ആയി ബോംബെയിൽ ജോലി ആരംഭിച്ചതോടെയാണ് ശ്രീധരൻ എന്ന പ്രതിഭയുടെ ജ്വലനമാരംഭിക്കുന്നത്. പിന്നീട് ഉന്നത റാങ്കോടെ എഞ്ചിനിയറിങ്ങിൽ സിവിൽ സർവെന്റായി റയിൽവേയിൽ വരുന്നതോടെയണ് ശ്രീധരൻ ശ്രദ്ധേയനാകുന്നത്. 1958 ൽ ഡിവിഷണൽ എഞ്ചിനിയർ ആയി സ്ഥാനകയറ്റം ലഭിച്ചു. റയിൽവേയുടെ ചരിത്രത്തിൽ ഇത്രയും പ്രായം കുറഞ്ഞ ഡിവിഷണൽ എഞ്ചിനിയർമാർ വിരളമാണ് .

1964 ഡിസംബറിൽ 22 നു തമിഴ്നാട്ടിലെ പാമ്പൻ ദ്വീപിനെ കരയുമായി ബന്ധിപ്പിക്കുന്ന പാമ്പൻ പാലം തകരുകയും അതിനു മുകളിലൂടെ പോയിരുന്ന തീവണ്ടിയിലെ എല്ലാവരും മരണത്തിനു കീഴടങ്ങുകയും ചെയ്ത വലിയ ദുരന്തം. നടുവിലെ ലിഫ്റ്റ് ഒഴികെ പൂർണമായും തകർന്ന പാലവും റോഡും എത്രയും വേഗം പുനർനിർമ്മിക്കണം.

നാട്ടിൽ അവധി ആഘോഷിച്ചിരുന്ന ശ്രീധരനെ മേലുദ്ധ്യോഗസ്ഥൻ അടിയന്തിരമായി തിരിച്ചു വിളിച്ചു. ആറ് മാസത്തെ സമയം നൽകി ധനുഷ്കോടിയിലേക്ക് പാമ്പൻ പാലത്തിന്റെ നിർമാണത്തിനായി പറഞ്ഞയച്ചു. എന്നാൽ പാമ്പൻ പാലം 46 ദിവസം കൊണ്ട് സാക്ഷാൽകരിക്കപ്പെടുകയും അതിന്റെ ഗുണനിലവാരത്തിൽ യാതൊരു കുറവും വരാതെ പുനർനിർമ്മിക്കുകയും ചെയ്തത് ശ്രീധരന്റെ വൈദഗ്ദ്ധ്യമാണ്. ഈ ഒറ്റ നിർമ്മാണം മഹാനായ നമ്മുടെ മെട്രോമാനെ രാജ്യത്തിനു പ്രിയപ്പെട്ടവനാക്കി.

കേന്ദ്രസർക്കാർ അദ്ദേഹത്തിനു പുരസ്കാരം നൽകി ആദരിച്ചു. പിന്നിട് പല നിർമ്മാണങ്ങൾക്കും അദ്ദേഹം ചുക്കാൻ പിടിച്ചു. പിടിച്ചിടത്തെല്ലാം സൂപ്പർ വിജയം. കൊൽക്കത്ത മെട്രോയും 1979ലെ കൊച്ചിൻ ഷിപ്പിയാർഡും, 1987 ലെ ചരിത്ര പ്രസിദ്ധമായ കൊങ്കൺ പാതകളും 1997ലെ ഡൽഹി മെട്രോയും ഒടുവിൽ നമ്മുടെ കൊച്ചി മെട്രോയും ഒക്കെ. അത്യത്ഭുതങ്ങളുടെ അവതാരമായി നിലകൊള്ളുമ്പോൾ ജനം അദ്ദേഹത്തെ രാഷ്ട്രപതിയായി കാണാൻ മോഹിച്ചില്ലെങ്കിലെ അത്ഭുതമുള്ളു. ഇനിയാര് രാഷ്ട്രപതിയായാലും അതുക്കുംമേലെ ഭാരതീയരുടെമനസ്സിൽ ഈ മെട്രോമാൻ നിലയുറപ്പിച്ചു കഴിഞ്ഞു.





ഞങ്ങടെ ജയനും നിങ്ങടെ ബ്രൂസിലിയും!.

പുതിയ നോട്ടുബുക്കുകൾ ഒരു പോലെ സന്തോഷവും സങ്കടവും കൊണ്ടാണ് അവയുടെ വരവറിയിക്കുക. പുത്തൻ മണവുമായെത്തുന്ന അവയ്ക്കൊപ്പം സ്കൂൾ തുറക്കാൻ പോകുന്നു എന്നൊരു ദു:ഖവാർത്തയും നമ്മുടെ മുന്നിലെത്തും. എന്നാലും സാരമില്ല പുത്തനായതെന്തും നമുക്ക് ആഘോഷിക്കാനുള്ളതാണ്.

'ചേട്ടാ ജയൻ പുലിക്കുട്ട്യോളേം പിടിച്ചു നിക്കണ പടള്ളത്ണ്ടോ?'

'ഇല്ല്യ മോനെ അതിനു ഭയങ്കര ചെലവാ, അടുത്ത ആഴ്ച ചിലപ്പോ വരും'

എന്തൊരു ലോകമാണിത്. അടുത്ത ആഴ്ച വരെ കാത്തിരിക്കാൻ മനസ്സില്ലാഞ്ഞിട്ടല്ല. പക്ഷെ ലോകത്തിന്റെ വേഗത്തിന് ഒപ്പമെത്താൻ കഴിയാതെ പോയ എന്നെ പറഞ്ഞാൽ മതിയല്ലോ. അടുത്ത ആഴ്ചയെങ്കിലും ജയന്റെ പടമുള്ള ഒരു നോട്ടുബുക്ക് സംഘടിപ്പിക്കണം.

എന്തു വില കൊടുത്തും ജയൻ പുലിക്കുട്ടികളെയും പിടിച്ചു നിൽക്കുന്ന പടമുള്ള ഒരു നോട്ടുബുക്ക് സംഘടിപ്പിക്കണം എന്ന എന്റെ വാശിക്ക് പിന്നിൽ ഒരു രഹസ്യമുണ്ട്. ജയനും നസീറും അരങ്ങു വാണിരുന്ന ഞങ്ങളുടെ ക്ലാസ്സിലേക്ക് ബ്രൂസ് ലീയുടെ അകസ്മികമായുള്ള കടന്നു വരവാണ് ഇപ്പോഴുള്ള ഈ ധൃറുതിക്ക് കാരണം. സംഗതി സിമ്പിൾ ആണ്. അഞ്ചാം ക്ലാസ്സിലെ ഓണപ്പൂട്ടൽ കഴിഞ്ഞു സ്കൂൾ തുറന്നപ്പോൾ ആണ് പ്രേം എന്ന പ്രേമുവിന്റെ കടന്നു വരവ്. അത് വരെ പ്രേമു പഠിച്ചിരുന്നത് മദ്രാസിൽ. അതും ഇംഗ്ലീഷ് മീഡിയത്തിൽ. അച്ഛന് നാട്ടിലേക്ക് ട്രാൻസ്ഫർ ആയപ്പോൾ നിവൃത്തികേടു കൊണ്ട് വന്നു ചേർന്നതാണ് ഈ സർക്കാർ സ്കൂളിൽ. പ്രേമുവിനെ ഞങ്ങൾക്ക് അത്ര പിടിച്ചില്ല. രണ്ടുണ്ട് കാരണം. ഒന്ന് അവനു ഞങ്ങളെക്കാൾ ഗ്ലാമർ ഉണ്ട്. പിന്നെ അവനു ഒരു കാര്യം കൂടി അറിയാം. കരാട്ടെ എന്ന് നിങ്ങളും കരോട്ട എന്നും ഞങ്ങളും വിളിക്കുന്ന ആയോധനകല. കരൊട്ടയുമായി പ്രേമു വന്നതോടെ ക്ലാസ്സിലെ പെൺപിള്ളാർക്ക് വെറും നാടൻ തല്ലു മാത്രം അറിയാവുന്ന ഞങ്ങളെ പുച്ഛം. അവന്റെ കയ്യിൽ ബ്രൂസ് ലീ എന്ന ഒരുത്തന്റെ കവർ ഉള്ള നോട്ടുബുക്ക് ഉണ്ട്. ഈ ബ്രൂസ് ലീ നമ്മുടെ ജയന്റെ അത്ര കട്ട ഒന്നും അല്ല, എന്നാലും കൊള്ളാം. മുഖം പോരാ പൂച്ച പോലെ ഇരിക്കുന്നു. ഒരു നല്ല കരമീശ പോലും ഇല്ല, പോരാത്തതിന് ദേഹം മുഴുവൻ പൂച്ച മാന്തിയപോലുള്ള പാടുകളും. പക്ഷെ പുള്ളി ഇന്റർനാഷണൽ സംഭവം ആണെന്നാണ് പ്രേമു പറഞ്ഞു പരത്തുന്നത്. ഇതൊക്കെ വിശ്വസിക്കാൻ കുറെ മണ്ടികളും.

ഇതിനു ഒരു അറുതി വരുത്താൻ ഞങ്ങൾ ജയൻ ഫാൻസുകാർ തീരുമാനമെടുത്തു. ബ്രൂസിലിയാണോ ജയൻ ആണോ വലിയവൻ. സംശയം വേണ്ട ജയൻ തന്നെ. ഇത് പ്രേമുവിനെ ബോദ്ധ്യപ്പെടുത്താൻ ഞങ്ങൾ ഒരു വഴി കണ്ടെത്തി. ആരുമില്ലത്ത സമയത്ത് അവന്റെ ബ്രൂസി ലീ നോട്ടുബുക്ക് തുറന്നു അതിന്റെ ഒന്നാം പേജിൽ ജയന്റെ പടം ഒട്ടിച്ചു വയ്ക്കുക. പക്ഷെ ആര് ആ കൃത്യം ഏറ്റെടുക്കും. കരോട്ടക്കാരനായ അവനോടു മുട്ടാൻ ആർക്കും ധൈര്യം പോരാ. അവസാനം ഗോപകുമാർ എന്ന ഗുപ്പി ഒരു നിർദ്ദേശം വച്ചു. നമുക്ക് നറുക്കിട്ട് ആളെ തീരുമാനിക്കാം. അങ്ങനെ അത് വരെ സീനിൽ ഒരു സഹനടന്റെ പോയിട്ട് വഴിപോക്കന്റെ റോൾ പോലും ഇല്ലാതിരുന്ന ഞാൻ നായകനാകാൻ തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ടു. ഒരാഴ്ച കഴിഞ്ഞിട്ടാണെങ്കിലും ജയൻ പുലിക്കുട്ടികളെയും പിടിച്ചു നിൽക്കുന്ന പടം ഒട്ടിച്ചു. എന്നിട്ടും അരിശം തീരാത്തതിനാൽ ഞാൻ ആ പേജിൽ ഇത്ര കൂടി എഴുതി വച്ചു.

'ഞങ്ങളുടെ ജയൻ നിന്റെ ബ്രൂസ്‌ലിയെ ഇടിച്ചു പരിപ്പെടുക്കും'

പിന്നീടാണ് കഥയുടെ ടിസ്റ്റ്. പിറ്റേ ദിവസം പ്രേമു ക്ലാസ്സിൽ വന്നില്ല. ഞാൻ ചെറുതല്ലാത്ത പേടിയാൽ വിറച്ചു. ഇനി എന്റെ ഭീഷണിയിൽ ഭയന്ന് അവൻ എന്തെങ്കിലും കടുംകൈ ചെയ്തു കാണുമോ? പിറ്റെന്നല്ല പിന്നെ അവൻ ആ സ്കൂളിലേക്ക് തിരിച്ചു വന്നതേയില്ല. അവന്റെ അച്ഛൻ അവനെ ടൗണിൽ ഉള്ള ഒരു ഇംഗ്ലീഷ് മീഡിയം സ്കൂളിൽ ചേർത്തത്രെ. ഇവിടെ ക്ലാസ്സുകൾക്ക് നിലവാരം പോരത്രേ. സത്യം എനിക്കല്ലേ അറിയൂ, എന്റെ ഭീഷണിയിൽ പേടിച്ചു വിറച്ചു അവൻ നാട് വിട്ടതാണെന്ന്.

നോട്ടുബുക്ക് പ്രണയം

നോട്ടുബുക്കുകൾ ഒരു സംഭവമാണ്. എഴുതാനോ പഠിക്കാനോ അമിതമായ ആഗ്രഹം ഉള്ള ഒരാളുടെ അഭിപ്രായമല്ല ഇത്. എഴുതാത്ത നോട്ടുബുക്കുകളെപ്പോലും സ്നേഹിക്കുന്ന ഒരു അക്ഷര വൈരിയുടെ ആത്മഗതം മാത്രം. പുതിയ നോട്ടുബുക്കുകൾ ഒരു പോലെ സന്തോഷവും സങ്കടവും കൊണ്ടാണ് അവയുടെ വരവറിയിക്കുക. പുത്തൻ മണവുമായെത്തുന്ന അവയ്ക്കൊപ്പം സ്കൂൾ തു

റക്കാൻ പോകുന്നു എന്നൊരു ദു:ഖവാർത്തയും നമ്മുടെ മുന്നിലെത്തും. എന്നാലും സാരമില്ല പുത്തനായതെന്തും നമുക്ക് ആഘോഷിക്കാനുള്ളതാണ്. പുത്തൻ അലുമിനിയം പെട്ടി, പുത്തൻ റെയിൻ കോട്ട്, പുത്തൻ റബ്ബർ ഇത്യാദികളെല്ലാം ഈ ആഘോഷത്തിന്റെ കാരണക്കാർ തന്നെ. സ്കൂൾ തുറന്നാലും ഈ സന്തോഷം കുറച്ചു നാൾ തുടർന്നു കൊണ്ടിരിക്കും. ബുക്ക് ചട്ടയിടലും നേബിൾ എന്ന് ഞങ്ങളുടെ തലമുറയും നെയിംസ്ലിപ് എന്ന് ഇപ്പോഴത്തെ തലമുറയും വിളിച്ചുപോരുന്ന ലേബൽ ഒട്ടിക്കലുമൊക്കയായി ഞാനും നോട്ടുബുക്കുകളും തമ്മിലുള്ള അഗാധപ്രണയം കാലാകാലം നിലനിർത്തിപ്പോന്നു.

പ്രണയം നമ്മളെ ഭ്രാന്തനാക്കും, സ്വാർത്ഥനാക്കും ചിലപ്പോൾ പെരുങ്കള്ളനും ആക്കും. അത് സുന്ദരികളായ സ്ത്രീകളോടുള്ള പ്രണയത്തിൽ മാത്രം ഒതുങ്ങി നിൽക്കുന്നില്ല, നമുക്കിഷ്ടമുള്ള കല്ലും കരടും കാഞ്ഞിരക്കുറ്റിയും വരെ നമ്മളെ പ്രണയബന്ധനത്തിൽ അന്ധരാക്കാം. കഠിനഹൃദയർ പോലും അലിഞ്ഞു പോകുന്ന ആ പ്രണയപ്പാച്ചിലിൽ ഒരു അഞ്ചാം ക്ലാസ്സുകാരൻ കാലിടറി വീണതിൽ അവനെ ഒരിക്കലും കുറ്റപ്പെടുത്താനാവില്ല.

നോട്ടുബുക്കുകളുടെ ലോകത്തിൽ നെയിംസ്ലിപ്പുകൾ പോലെ പ്രാധാന്യം അർഹക്കുന്ന ഒന്നാണ് നോട്ടുപുസ്തകം പൊതിയാനുള്ള പേപ്പറുകളും. ഇപ്പോൾ ബ്രൗൺ പേപ്പറുകളുടെ കാലമാണ്. ഞങ്ങളുടെ കാലത്ത് ബ്രൗൺ പേപ്പർ എന്നൊരു പേപ്പറിനെക്കുറിച്ച് ഞങ്ങൾ കേട്ടിട്ട് പോലും ഉണ്ടായിരുന്നില്ല.

പൂഞ്ചോലക്കള്ളൻ

ആദ്യത്തെ പ്രണയം പോലെ തന്നെ ഓർമ്മിച്ചു വെക്കേണ്ടതാണ് ആദ്യത്തെ മോഷണവും. അല്ലെങ്കിൽ തന്നെ ഈ പ്രണയവും ഒരു തരം മോഷണം തന്നെയല്ലേ. ഖൽബ് കക്കുന്ന കള്ളക്കാമുകന്മാരുടെ പ്രണയലോകത്തിനു ഒട്ടും താഴെയല്ല അചേതന വസ്തുക്കൾ കക്കുന്ന സാദാ കള്ളന്മാരുടെയും സ്ഥാനം. അവരിൽ പലരും കക്കുന്നത് ഭാര്യക്ക് പൊട്ടും ചാന്തും വാങ്ങിക്കാനോ കുട്ടിക്ക് കുപ്പിവള വാങ്ങിക്കാനോ കാമുകിക്കു വെള്ളിക്കൊലുസ് വാങ്ങിക്കൊടുക്കാനോ ആവാം. അതേ ഇവിടെയും നടന്നുള്ളൂ. ഞാൻ ജീവനു തുല്യം സ്നേഹിക്കുന്ന നോട്ടുബുക്കുകളെ അണിയിച്ചൊരുക്കാൻ കുറച്ചു നെയിംസ്ലിപ്. അതാണ് എന്നെ ഒരു കള്ളനാക്കിയത്.

ഇന്നത്തെപ്പോലെ ബാഗിന്റെയും ബൂസ്റ്റിന്റെയും എന്ന് വേണ്ട സ്കൂൾ തുറക്കാൻ സമയത്ത് വാങ്ങിക്കുന്ന വാഷിംഗ് സോപ്പിന്റെ കൂടെപ്പോലും നെയിംസ്ലിപ് കിട്ടുന്ന കാലമല്ല അത്. സ്കൂളിലേക്കുള്ള നോട്ട് ബുക്കുകൾ പോലും അമ്മ സൊസൈറ്റിയിൽ നിന്നും വാങ്ങിക്കൊണ്ടുവന്നിരുന്ന അക്കാലത്ത് നെയിംസ്ലിപ് പണം കൊടുത്തു തന്നെ വാങ്ങിക്കണം. ഇരുപത്തി ആഞ്ചു പൈസയ്ക്ക് ഒരു പായ നെയിംസ്ലിംപ് കിട്ടുമായിരുന്നെങ്കിലും അത്തരം ഒരു ആർഭാടത്തിന് അന്നൊന്നും കുടുംബബജറ്റിൽ തുക നീക്കി വച്ചിട്ടുണ്ടായിരുന്നില്ല. പിന്നെ കുട്ടികളുടെ ആകെ ഒരു പ്രതീക്ഷ പൂമ്പാറ്റയിലോ അതുപോലുള്ള കുട്ടി പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടെയോ പുറം ചട്ടയിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ചേക്കാവുന്ന നെയിംസ്ലിപ്പുകൾ മാത്രമാണ്. അവിടെയും ഞാൻ തോറ്റു പോകാറെ ഉള്ളൂ. ഞങ്ങളുടെ വീട്ടിൽ അത്തരം പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ ഒന്നും വാങ്ങിക്കാറില്ല. എല്ലാം വായിക്കും. അപ്പുറത്തെ വീടുകളിൽ നിന്ന് കടം വാങ്ങിയാണെന്ന് മാത്രം.

അന്ന് പൂമ്പാറ്റയാണ് പ്രധാന ബാലമാസിക. കപീഷ് ആണ് അന്നത്തെ മായാവി. പക്ഷെ എനിക്ക് അതിനെക്കാളും പ്രിയം പൂഞ്ചോല എന്ന മാസികയോടായിരുന്നു. പൂഞ്ചോല മാസിക ഇന്നത്തെ ന്യൂ ജനറേഷന് സുപരിചിതമല്ല. ഏതാണ്ട് കളിക്കുടുക്കയുടെ വലുപ്പം. പൂമ്പാറ്റയെക്കാളും കൂടുതൽ കളറും. പക്ഷെ അതും അപ്പുറത്തെ വീട്ടിലെ കിഷോറിന്റെ കയ്യിൽ നിന്നു കിട്ടണം. ഇത്തവണ പക്ഷെ പുസ്തകം വായ്പ വാങ്ങാൻ ചെന്നപ്പോൾ കിഷോറിന്റെ ചേട്ടൻ ദേവൻ ഒരു നിബന്ധന വച്ചു. നിബന്ധനയല്ല ഒരു മുന്നറിയിപ്പായിരുന്നു അത്. ഈ ലക്കം പൂഞ്ചോലയുടെ പിൻചട്ടയിൽ എട്ടു നെയിംസ്ലിപ് ഉണ്ട്. അത് തിരിച്ചു തരുമ്പോഴും അവിടെ തന്നെ കാണണം. ശരിയെന്നു തലയാട്ടി ഞാൻ പൂഞ്ചോലയും വാങ്ങി വീട്ടിലെത്തി ഒറ്റയിരിപ്പിനു തന്നെ വായിച്ചു തീർത്തു. ഉടൻ തന്നെ തിരിച്ചു കൊണ്ടുകൊടുക്കാനുള്ള തീരുമാനവും എടുത്തു. വീട്ടിൽ നിന്നും പുറത്തിറങ്ങാൻ കാലെടുത്തു വച്ചതായിരുന്നു. അപ്പോൾ ആണ് അവന്റെ കുതന്ത്രം പ്രവർത്തിച്ചത്. സാത്താൻ ഏതു രൂപത്തിലും വരും എന്ന് കേട്ടിട്ടുണ്ട്. എന്നാൽ അപ്പൻ സ്ഥിരമായി മീശ വെട്ടിമിനുക്കുന്ന കത്രികയുടെ രൂപത്തിലും അവൻ വരാമെന്ന് അന്ന് എനിക്ക് മനസ്സിലായി. പിടിക്കപ്പെടും എന്ന് നൂറുശതമാനം ഉറപ്പുണ്ടായിട്ടുപോലും അതി വിദഗ്ദ്ധമായി ഞാൻ ആ പിൻചട്ടയിലെ നെയിംസ്ലിപ്പുകൾ വെട്ടിയെടുത്തു. മുൻ ചട്ട നേരിയ കടലാസ് പാളിയിൽ തൂങ്ങി ബാലൻസ് ചെയ്തു നിന്നു.

കിഷോറിന്റെ ചേട്ടന്മാർ ഇത്ര ദീർഘദൃഷ്ടിയുള്ളവരാണെന്ന് ഞാൻ ഒരിക്കലും ചിന്തിച്ചിരുന്നില്ല. കളവു കയ്യോടെ പിടിക്കപ്പെട്ടു. തൊണ്ടി മുതൽ തിരിച്ചു കൊടുത്തു ഞാൻ തടയൂരി. എന്നാൽ കിഷോറിന്റെ ചേട്ടന്മാരുടെ സുഹൃത്തായ എന്റെ ചേട്ടൻ വഴി അത് അമ്മയുടെ ചെവിയിൽ എത്തി. അന്ന് രാത്രി വെറും എട്ട് നെയിംസ്ലിപ്പുകൾക്ക് വേണ്ടി ഞാൻ എൺപത് അടി കൊണ്ടു. പക്ഷെ നോട്ടുബുക്കുകളോടുള്ള എന്റെ ഇഷ്ടം തിരിച്ചറിയാത്ത അവരോടു വിരോധം തോന്നിയില്ല. പക്ഷെ ആ സംഭവത്തോടെ എനിക്കൊരു പുതിയ പേര് വീണു 'പൂഞ്ചോലക്കള്ളൻ'. പക്ഷെ ആ വട്ടപ്പേരും എന്റെ നോട്ടുബുക്ക് പ്രണയത്തിന്റെ ത്യാഗോജ്ജ്വലമായി കണ്ട് ഞാൻ സസന്തോഷം സ്വീകരിച്ചു.

ഇംഗ്ലീഷ് കവർ കിഡ്സ്

നോട്ടുബുക്കുകളുടെ ലോകത്തിൽ നെയിംസ്ലിപ്പുകൾ പോലെ പ്രാധാന്യം അർഹക്കുന്ന ഒന്നാണ് നോട്ടുപുസ്തകം പൊതിയാനുള്ള പേപ്പറുകളും. ഇപ്പോൾ ബ്രൗൺ പേപ്പറുകളുടെ കാലമാണ്. ഞങ്ങളുടെ കാലത്ത് ബ്രൗൺ പേപ്പർ എന്നൊരു പേപ്പറിനെക്കുറിച്ച് ഞങ്ങൾ കേട്ടിട്ട് പോലും ഉണ്ടായിരുന്നില്ല. അതുകൊണ്ട് തന്നെ നോട്ട്ബുക്ക് പൊതിയാൻ ഞങ്ങൾക്കെന്നും പ്രിയം സൺഡേ സപ്ലിമെന്റുകൾ ആയിരുന്നു. അതും ഇംഗ്ലീഷ് പത്രങ്ങളുടെ. എന്റെ അഞ്ചാം വയസ്സിൽ ഒരു ആഗ്രഹത്തിന്റെ പേരിൽ തിരുപ്പതി ശ്രീ. വെങ്കിടേശ്വര സർവകലാശാലയിൽ നിന്ന് ഇംഗ്ലീഷിൽ എം.എ. എടുത്ത ആളാണ് എന്റെ അപ്പൻ. മലയാളത്തിലും ഇംഗ്ലീഷിലും ഒരു പോലെ കഥയും കവിതയും എഴുതാൻ കഴിവുണ്ടായിരുന്ന വ്യക്തി. മക്കൾ ചെറുപ്പത്തിലെ ഇംഗ്ലീഷ് വായിച്ചു പഠിക്കണം എന്ന് അദ്ദേഹത്തിന് നിർബന്ധമായിരുന്നു. അതിനുവേണ്ടി സർക്കാർ സ്കൂൾ അദ്ധ്യാപകനായിരുന്ന അദ്ദേഹം ഞങ്ങളെ ഇംഗ്ലീഷ് മീഡിയത്തിൽ ചേർത്തില്ല.

നല്ല നാടൻ സർക്കാർ മലയാളം പള്ളിക്കൂടങ്ങളിൽ പഠിപ്പിച്ചു. പക്ഷെ വീട്ടിൽ മലയാളം പത്രം വരുത്തിയില്ല. അവിടെ എന്റെ ഓർമ്മ വച്ച നാൾ മുതൽ ഇംഗ്ലീഷ് പത്രം മാത്രം. പിന്നെ ഇംഗ്ലീഷിൽ തന്നെ വന്നിരുന്ന സോവിയറ്റ് യൂണിയൻ എന്ന മാസികയും. ഇവയൊന്നും ഞങ്ങൾ വായിച്ചിരുന്നില്ല. പക്ഷെ ഇവയെല്ലാം ഞങ്ങൾക്ക് ഏറെ പ്രിയപ്പെട്ടവയായിരുന്നു. ഞങ്ങൾ മൂന്നു മക്കൾ ഊഴമിട്ട് സൺഡേ സപ്ലിമെന്റുകൾ വീതിച്ചെടുത്തു. അങ്ങനെ അമിതാഭ്ബച്ചനും ധർമേന്ദ്രയും വിനോദ് ഖന്നയും സീനത്ത് അമനും വിനോദ് മെഹറയും രേഖയും ഗവാസ്കറും കപിൽദേവും ഇയാൻ ബോതവും ഞങ്ങളുടെ നോട്ടുബുക്ക് ചട്ടകളിൽ പുഞ്ചിരിച്ചു നിന്നു.

നോട്ടുബുക്ക് ചട്ടയിടൽ ഒരു കലയാണ്. അല്ലെങ്കിൽ സ്കൂൾ തുറക്കുന്ന സീസണിൽ ഒഴിച്ചുകൂടാനാവാത്ത ഒരു ചടങ്ങ്. നിനക്ക് പഠിക്കാൻ ഒന്നുമില്ലേ? എന്ന ചോദ്യത്തിന് ഞാൻ ബുക്കോള് ചട്ടയിടാ എന്നായിരുന്നു എന്റെ പെങ്ങളുടെ സ്ഥിരം മറുപടി. പെൺകുട്ടികൾ ആകുമ്പോൾ കുറച്ചു സൗന്ദര്യബോധം കൂടും എന്നായിരിക്കും നിങ്ങൾ കരുതിയിരിക്കുന്നത് എങ്കിൽ തെറ്റി. നല്ല ഒന്നാം തരം പടം വരപ്പുകാരായ ഞങ്ങൾ രണ്ടു ആൺശിങ്കങ്ങൾക്കിടയിൽ ഒരു നേർവര പോലും വരക്കാനറിയാതെ വിരാജിക്കുന്നവളാണ് ആ പെൺപുലി. പക്ഷെ പുസ്തകം ചട്ടയിടുന്ന കാര്യത്തിൽ അവൾ ഒരു സംഭവം തന്നെയാണ്. ഞാനും ചേട്ടനും എങ്ങനെ ഒക്കെ കഷ്ടപ്പെട്ടാലും പൊതിയുന്ന കടലാസിന്റെ മടക്കുകൾ കവുങ്ങിൽ കെട്ടിവച്ച ആമയെപ്പോലെ പുറത്തേക്കു തള്ളി നിൽക്കും. പക്ഷെ പെങ്ങളുടെ പുസ്തകത്തിന്റെ ചട്ടകൾ തെരഞ്ഞെടുപ്പുകാലത്തെ വടിവാർന്ന ഖദറിൽ പൊതിഞ്ഞ ചിരികളെപ്പോലെ തിളങ്ങി നിന്ന് ഞങ്ങളെ പ്രലോഭിപ്പിച്ചു. പക്ഷെ വിവിധ വർണങ്ങളിൽ പൊതിഞ്ഞെടുത്ത നോട്ടുബുക്കുകൾക്ക് താമസിയാതെ കേരളത്തിലെ സ്കൂളുകളിൽ വിലക്ക് വന്നു. സ്കൂൾ യൂണിഫോം വന്നതുപോലെ നോട്ടുബുക്കിനും യൂണിഫോം വന്നു. ബ്രൗൺ പേപ്പറുകൾ കൊണ്ട് പൊതിയാത്ത പുസ്തകങ്ങൾ ക്ലാസ്സ് മുറികളിലെ അരമതിലിനു മുകളിലൂടെ പിടി ഗ്രൗണ്ടിലേക്ക് പറന്നു. ചട്ടകളിൽ നിന്ന് ഹിന്ദി സിനിമാ താരങ്ങളും റഷ്യൻ കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് നേതാക്കളും കലണ്ടർ ദൈവങ്ങളും വിടവാങ്ങി. തവിട്ടിന്റെ നരച്ച ഒരുമയിൽ പുസ്തക പുറംചട്ടകൾ വിറങ്ങലിച്ചു നിന്നു. നാസി കാലഘട്ടത്തെ അപകടകരമായ ഐക്യത്തെയും അച്ചടക്കത്തെയും പോലെ.

ഗവാസ്കറും വെൻഗവാസ്കറും

എൺപതുകളിലെ ഐ.പി.എൽ ആയിരുന്നു ബെൻസൺ ആൻഡ് ഹെഡ്ജസ് ട്രോഫി. ആസ്ട്രേലിയയിൽ അരങ്ങേറിയിരുന്ന ആ മത്സരങ്ങളിലാണ് ക്രിക്കറ്റ് ആദ്യമായി നിറമുള്ള ജഴ്സികൾ അണിഞ്ഞത്. ക്രിക്കറ്റ് കളിക്കാർ നിറമുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ അണിഞ്ഞപ്പോൾ പന്ത് ചുവപ്പ് നിറം വെടുഞ്ഞു വെള്ളയായി. 1983 ൽ കപിലിന്റെ ചെകുത്താന്മാർ നേടിയ ലോകകപ്പ് വിജയത്തോളം തന്നെ തിളക്കമാർന്ന മറ്റൊരു വിജയമായിരുന്നു ഗവാസ്കറിന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ നേടിയ ബെൻസൻ ആൻഡ് ഹെഡ്ജസ് ട്രോഫി. ഫൈനലിൽ മാൻ ഓഫ് ദി സീരിസ് (ചാമ്പ്യൻ ഓഫ് ചാമ്പ്യൻസ്) ആയി തിരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട രവി ശാസ്ത്രിക്ക് സംഘാടകർ ഒരു ഓഡി കാർ സമ്മാനമായി നൽകി. ആ കാറിന്റെ ഉള്ളിലും മുകളിലും കയറി ഇരുന്നു ഇന്ത്യൻ ടീമംഗങ്ങൾ ഗ്രൗണ്ട് വലംവെച്ചു. ഈ ചിത്രങ്ങൾ പിറ്റേന്നത്തെ പത്രങ്ങളുടെ മുൻപേജിൽ തന്നെ അച്ചടിച്ച് വന്നു. ഇതോടെ നോട്ടുബുക്കുകളുടെ ചട്ടയിലും ആദ്യ ക്രിക്കറ്റ് താരങ്ങൾ. പിന്നീടങ്ങോട്ട് ജയൻ പുലിക്കുട്ടികളെയും പിടിച്ചു നിൽക്കുന്ന പുസ്തകം തപ്പിപ്പോയ ബാല്യങ്ങൾ പിന്നെ ക്രിക്കറ്റ് താരങ്ങളുടെ പുറംചട്ടകൾ ഉള്ള നോട്ടുബുക്കുകൾക്ക് പുറകെയായി. പുസ്തകം പൊതിയുക എന്ന പരിപാടി തന്നെ ഞങ്ങൾ ഉപേക്ഷിച്ചു. ഞങ്ങളുടെ പുസ്തകച്ചട്ടങ്ങളിൽ രവി ശാസ്ത്രി ക്രീസിൽ നിന്നും മുന്നോട്ടു നടന്നു കൂറ്റൻ സിക്സറുകൾ പായിച്ചു. ഗവാസ്കർ ഹെൽമറ്റ് വെക്കാതെ വട്ടതൊപ്പിയുമായി നിന്നു. കപിൽ ഉയർന്നു ചാടി പന്തെറിഞ്ഞു. അസറുദ്ദീൻ പറന്നു ചാടി ക്യാച്ചുകൾ എടുത്തു.

നിന്റെ പുസ്തകത്തിൽ ആരുടെ പടമാ?

ഗവാസ്കർ.

എന്റെതിൽ വെൻഗവാസ്കർ

ആര്?

വെൻഗവാസ്കർ, ദിലീപ് വെൻഗവാസ്കർ

ഇന്ത്യൻ ക്രിക്കറ്റ് ടീം പിന്നെയും മുന്നേറി. കിൽദേവും ഗവാസ്കറും വെൻഗവാസ്ക്കറും മാറി ശാസ്ത്രിയും അസറുദ്ധീനും ഗാംഗുലിയും ക്യാപ്റ്റന്മാരായി. പിന്നെ സച്ചിൻ ആയി താരം. അതോടെ മറ്റെല്ലാ താരങ്ങളുടെയും കഷ്ടകാലം തുടങ്ങി. കളിക്കളക്കിലും പുറത്തും സച്ചിൻ നിറഞ്ഞാടി. പരസ്യങ്ങളിൽ സച്ചിൻ മാത്രമായി താരം. നോട്ടുബുക്കുകളുടെ ചട്ടകളിൽ നിന്നു പോലും മറ്റു താരങ്ങൾ പടിയിറങ്ങി. അങ്ങനെ നോട്ടുബുക്കുകളുടെയും താരം സച്ചിൻ മാത്രമായി.

നോട്ടുബുക്കിൽ നിന്ന് നോട്സിലേക്ക്

കോളജിൽ എത്തിയപ്പോളും നോട്ടുബുക്കുകളിലെ താരം സച്ചിൻ തന്നെ. പക്ഷെ അപ്പോഴേക്കും ഞങ്ങൾ മാറി. എങ്ങിനെ മാറാതിരിക്കും. ആഴ്ചയിൽ നാല് ദിവസം യൂണിഫോമും ഇട്ട് ബാഗും കുടയും വാട്ടർ ബോട്ടിലും തൂക്കി കോളേജിൽ പോകുന്ന യുവാക്കളുടെ ഇന്ത്യയല്ല അന്നത്തെ ഇന്ത്യ. സ്കൂളിൽ നിന്ന് കോളേജിൽ എത്തിയതോടെ യൂണിഫോമിനോട് മാത്രമല്ല കുഞ്ചൻ നമ്പ്യാരോടും തുഞ്ചത്ത് എഴുത്തച്ഛനോടും വിടപറഞ്ഞു നെരുദയോടും ലോർകയോടും കൂട്ടുകൂടിയ യുവത്വത്തിനു എന്ത് നോട്ടുബുക്ക്? അവിടെ നമുക്ക് പുസ്തകങ്ങൾ ഇല്ല. എന്നും ക്ലാസ്സിൽ പോകുമ്പോൾ കുറച്ചു കടലാസ് കരുതുക. അതതു ദിവസത്തെ കുത്തിക്കുറിക്കലുകൾ അതിൽ നടത്തുക. വീട്ടിൽ എത്തുമ്പോൾ അത് മേശവലിപ്പിന്റെ അഗാധതയിലേക്ക് തള്ളുക. പിന്നീട് പരീക്ഷക്കാലം വരുമ്പോൾ അത് തപ്പിയെടുക്കുക. എലി കരളുകയോ ചിതലരിച്ചു പോകുകയോ ചെയ്തില്ലെങ്കിൽ നമുക്ക് ആ നോട്ടുകളെ തിരിച്ചു കിട്ടും. ഇല്ലെങ്കിൽ എന്തിനു പേടിക്കണം. കോഴിക്കോട് സർവകലാശാലയല്ലേ. പരീക്ഷ എഴുതാത്തവർ പോലും അവിടെ ചിലപ്പോൾ ജയിച്ചെന്നിരിക്കും.

പിന്നീടു വീണ്ടും നോട്ടുബുക്കുകൾ ശീലമാക്കുന്നത് പരസ്യ രംഗത്ത് പ്രവർത്തിക്കാൻ തുടങ്ങിയതോടെയാണ്. എപ്പോഴാണ് നല്ലൊരു തലക്കെട്ടോ ആശയമോ നമ്മുടെ തലയിൽ ഉദിക്കുന്നത് എന്നു പറയാൻ പറ്റില്ലല്ലോ. അതുകൊണ്ട് എപ്പോഴും ലാപ്ടോപ്പ് ബാഗിൽ ഒരു നോട്ടുബുക്ക് കൂടെ കരുതും. ഒരു ലോഗോ സ്ക്രിബിൾ അല്ലെങ്കിൽ ഒരു ലേഔട്ട് സ്ക്രാച് അങ്ങനെ കുത്തിയും വരച്ചും തീർക്കാൻ ഒരു നോട്ടുബുക്ക്. കൂടെ ജോലി ചെയ്യുന്നവർ ഐ പാഡിലും ടാബിലും നോട്ടുകൾ കുത്തിക്കുറിക്കുമ്പോൾ ഞാൻ ഇപ്പോഴും അതേ നോട്ടുബുക്ക് പ്രണയി ആയിത്തന്നെ തുടരുന്നു. ഇടക്കൊന്നു കുത്തിവരച്ചില്ലെങ്കിൽ, ഒരു പേജ് കീറി ചുരുട്ടി എറിഞ്ഞില്ലെങ്കിൽ ഒന്നും പൂർണമായില്ല എന്ന തോന്നലാണ്. അതുകൊണ്ട് തന്നെയാണ് ഞാൻ ഇപ്പോഴും പഴയ പൂഞ്ചോലക്കള്ളൻ എന്ന പേരിൽ അഭിമാനം കൊള്ളുന്നതും ജയൻ തന്നെയാണ് ബ്രൂസ് ലീ യെക്കാൾ വലിയവൻ എന്ന് ഉറച്ചു വിശ്വസിക്കുന്നതും.



ഫേവർ ഫ്രാൻസിസ്
BRAND CONSULTANT
favourfrancis@gmail.com







പണം വാരിയ ചലച്ചിത്രങ്ങൾ

ബാഹുബലിയും ഡങ്കലും മറ്റും വൻ കളക്ഷൻ നേടിയ ഈ അടുത്ത കാലത്ത് സിനിമകളുടെ സാമ്പത്തിക വിജയവും കളക്ഷൻ റിക്കോർഡുകളും ചർച്ചാവിഷയമായിരിക്കുകയാണ്. ലോക സിനിമാ ചരിത്രത്തിലെ പണം വാരി ചിത്രങ്ങളിലേക്ക് ഒരെത്തിനോട്ടം.

അമേരിക്ക

മുഴുനീള സിനിമയുടെ ലോകത്തിലെ തുടക്കക്കാരൻ D.W.ഗ്രിഫിത്ത് (1875–1948) ആണ് (ഡേവിഡ് വാർക്ക് ഗ്രിഫിത്ത്) എഴുത്തുകാരനും സംവിധായകനും നിർമ്മാതാവുമായ അമേരിക്കക്കാരനാണ് ആധുനിക സിനിമയുടെ ടെക്നിക്കുകളെല്ലാം കണ്ടുപിടിച്ചത്. 1915 ൽ അദ്ദേഹം ബെർത്ത് ഓഫ് എ നേഷനും 1916 ൽ ഇൻടോളറൻസും സംവിധാനം ചെയ്തു.

ഇന്ത്യ

ദാദാ സാഹേബ് ഫാൽക്കെ (1870–1944) എന്നറിയപ്പെടുന്ന ദുൻദിരാജ് ഗോവിന്ദ് ഫാൽക്കെ ഇന്ത്യൻ സിനിമയുടെ പിതാവാണ്. തിരക്കഥാകൃത്ത്, സംവിധായകൻ, നിർമ്മാതാവ് എന്നീ നിലകളിൽ പ്രശസ്തനാണ് ഈ മറാഠാക്കാരൻ. 1913 ൽ അദ്ദേഹം 'രാജഹരിശ്ചന്ദ്ര' എന്ന ആദ്യ ചലചിത്രം പുറത്തിറക്കി.

കേരളം

ജോസഫ് ചെല്ലയ്യ ഡാനിയേൽ നാടാർ (1900–1975) എന്ന ജെ.സി.ഡാനിയേൽ മലയാള സിനിമയുടെ പിതാവാണ്. അഗസ്ത്യ തീരത്ത് ജനിച്ച ഇദ്ദേഹം നിർമ്മാതാവും തിരക്കഥാകൃത്തും ക്യാമറാമേനും എഡിറ്ററും സംവിധായകനുമായ ബഹുമുഖ പ്രതിഭയാണ്. അദ്ദേഹം സംവിധാനം ചെയ്ത മലയാള ചിത്രമാണ് വിഗതകുമാരൻ. 1928 ൽ തിരുവനന്തപുരം ക്യാപിറ്റോൾ തീയേറ്ററിൽ ചിത്രം റിലീസ് ചെയതു. ഈ ചിത്രങ്ങളെല്ലാം ബ്ലാക് ആൻഡ് വൈറ്റും നിശബ്ദവുമായിരുന്നു.

1927ൽ സൗണ്ട് കണ്ടു പിടിച്ചു. 1927 ൽ വാർണർ ബ്രദേഴ്സിന്റെ ചെറിയ സ്റ്റുഡിയോയിൽ നിന്ന് അദ്യത്തെ ശബ്ദ സിനിമ പുറത്തിറങ്ങി. ജാസ് സിംഗർ, അലൻക്രോസ് ലാൻഡ് ആണ് സംവിധായകൻ.

നാടകവും നൃത്തവും അരങ്ങുവാണിരുന്ന കാലത്ത് പ്രൊജക്ടറുമായികൊണ്ടു നടന്നു പ്രദർശിപ്പിക്കുന്ന ചലചിത്രങ്ങൾക്ക് ആസ്വാദകരുടെ ഇടയിൽ വലിയ പ്രിയമൊന്നും ഇല്ലായിരുന്നു. എന്നാലും സിനിമാ പ്രേമികളുണ്ടായിരുന്നു. ചിത്രം പ്രദർശിപ്പിക്കുന്ന കറുത്ത ടെന്റുകൾക്ക് ബ്ലാക്ക് മരിയ എന്നായിരുന്നു പേര്. എറ്റവും ചെറിയ തുകയായ ഒരു നിക്കലിനാണ് ടിക്കറ്റ് വിറ്റിരുന്നത്. അതുകൊണ്ട് സിനിമാ പ്രേക്ഷകരെ അന്നു കളിയാക്കി വിളിച്ചിരുന്നത്. നിക്കലോഡിയൻസ് എന്നായിരുന്നു.

കേരളത്തിലെ വിഗതകുമാരന്റെ പ്രദർശനം തീർത്തും പരാജയമായിപ്പോയി. ആദ്യകാല ചിത്രങ്ങൾ ഇരുപത്തഞ്ചു പൈസ നിരക്കിലും അതിലും താഴെയുമാണ് കേരളത്തിലെ തീയേറ്ററുകളിൽ പ്രദർശിപ്പിച്ചത്.

ഈ കഥകളൊക്കെ പറയുന്നത് സിനിമ കോടികൾ വാരുന്നതിന്റെ ആരംഭത്തെപ്പറ്റി അറിയാനാണ്.

ഇതിൽ നഷ്ടപ്പെട്ടവരും വിജയിച്ചവരുമുണ്ട്. ജെ.സി. ഡാനിയേലിന് എല്ലാം നഷ്ടപ്പെട്ടെങ്കിൽ ദാദാസഹേബ് ഫാൽക്കെ നേട്ടം കൊയ്തു.

ലോകത്തിലെ പണംവാരിചിത്രങ്ങളിൽ പ്രഥമ സ്ഥാനത്തുള്ളത് ഗോൺ വിത്ത് ദി വിൻഡ് (1939) ദി ടെൻ കമാൻഡ്മെന്റ്സ് (1956) ദി സൗണ്ട് ഓഫ് മ്യൂസിക് (1965)

ഇന്ത്യൻ ചിത്രങ്ങളിൽ: ദോസ്തി (1964), മേരാ നാം ജോക്കർ (1970), ഷോലെ (1975)

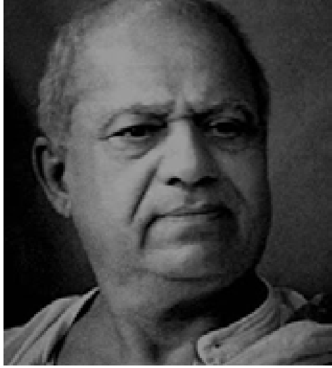
മലയാള ചിത്രങ്ങൾ: ജീവിത നൗക (1951), ഭാര്യ (1962), ഭാർഗ്ഗവി നിലയം (1964), ചെമ്മീൻ (1965), അദ്ധ്യാപിക (1968)

ഈ ചിത്രങ്ങളൊക്കെ വൻ കളക്ഷൻ നേടിയ ചിത്രങ്ങളാണ്. കോടികളുടെ കളക്ഷൻ റിക്കോർഡില്ല. പക്ഷേ അന്നത്തെ പണത്തിന്റെ മൂല്യം വച്ചു നോക്കുമ്പോൾ ഇന്നത്തേതിനേക്കാൾ ചിലപ്പോൾ കൂടുതലായേക്കാം.

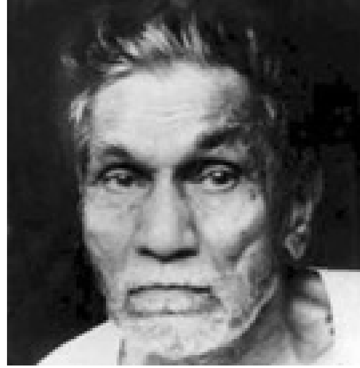
അറുപതുകളിൽ ഇരുപതു തീയേറ്ററുകളിൽ മലയാള പടം റിലീസ് ചെയ്തിരുന്നെങ്കിൽ ഇന്ന് 400 തീയേറ്ററുകളിൽ റിലീസ് ചെയ്യുന്നുണ്ട്. അന്ന് ടിക്കറ്റ് നിരക്ക് ഇരുപത്തഞ്ചു പൈസയായിരുന്നെങ്കിൽ ഇന്ന് ആവറേജ് നൂറു രൂപയാണ്. നാനൂറ് ഇരട്ടി വർദ്ധനവ്!



D.W.ഗ്രിഫിത്ത്



ദാദാ സാഹേബ് ഫാൽക്കെ



ജെ.സി.ഡാനിയേൽ





അന്നത്തെ സിനിമയുടെ ഒരു വർഷത്തെ കളക്ഷൻ ഇന്ന് ഒരു ദിവസം കൊണ്ടോ ഒരു ഷോ കൊണ്ടോ ലഭിക്കുമെന്നു ചുരുക്കം. അന്ന് സാറ്റലൈറ്റ് വരുമാനം പോയിട്ട് സാറ്റലൈറ്റോ ടെലിവിഷനോ കണ്ടുപിടിച്ചിരുന്നില്ല.

അന്ന് സ്റ്റേജ് പെർഫോർമൻസ്കാരുടെ ഇടവേളയിൽ ഒരവസരത്തിനായി കാത്തു നിന്ന സിനിമ ഇന്ന് എല്ലാ വിനോദോപാധികളുടെയും മുകളിലായി. ഒരു കാലത്ത് മിമിക്രി കലാകാരന്മാരുടെയും അവസ്ഥ ഇതായിരുന്നു. മറ്റു കലാപരിപാടികളുടെ ഇടയിൽ ഒരവസരത്തിനായി ഈ കലാകാരന്മാർ കാത്തു നിന്നിരുന്നു. ഇന്ന് അവരുടെ കാലമായി. മിമിക്രി കലാകാരന്മാർ ലോകം മുഴുവൻ പറന്നു നടന്ന് അവരുടെ കലാപ്രകടനങ്ങൾ കാഴ്ചവെയ്ക്കുകയാണ്.

സിനിമാ തീയേറ്ററുകളുടെ തകർച്ചയുടെ കാലമുണ്ടായിരുന്നു. പല തീയേറ്ററുകളും കല്യാണമണ്ഡപങ്ങളും ഷോപ്പിംഗ് കോപ്ലക്സുകളുമായി. പക്ഷേ സിനിമയ്ക്ക് ഒരു ഉയർത്തെഴുന്നേല്പുണ്ടായി. പുതിയ തീയേറ്ററുകളും മൾട്ടിപ്ലക്സുകളുമുണ്ടായി. ടിക്കറ്റു നിരക്ക് ഇരുനൂറു രൂപയിലേക്കും അഞ്ചൂറ് രൂപയിലേക്കും ഉയർന്നു. 8K റെസല്യൂഷനിൽ ഷൂട്ടിങ്ങും 4K പ്രൊജക്ഷനും ഉണ്ടായി. പ്രേക്ഷകരുടെ ഉണ്ടായി. പ്രേക്ഷകരുടെ ആസ്വാദന നിലവാരം ഉയർന്നു. സിനിമ ഒരേ സമയം എണ്ണായിരം തീയേറ്ററുകളിലേക്കു പറന്നു ചെന്നു. നിർമ്മാതാക്കളുടെ അക്കൗണ്ടുകളിലേക്ക് ലോകമെങ്ങു നിന്നും പണം ഒഴുകിയെത്തി. ഇനി ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും വലിയ പണംവാരിച്ചിത്രങ്ങൾ എതാണെന്നു നോക്കാം.

ഇംഗ്ലീഷ്

1. ഗോൺ വിത്ത് ദി വിൽസ് (1939)	$ 3,440,000,000
2. അവതാർ (2009)	$ 3,020,000,000
3. സ്റ്റാർ വാർസ് (2015)	$ 2,825,000,000
4.ടൈറ്റാനിക് (1997)	$ 2,516,000,000
5.ജുറാസിക് വേൾഡ് (2015)	$ 1,518,812,988
6.ദി അവഞ്ചേഴ്സ് (2012)	$ 1,518,812,988
7.ഫ്യൂരിയസ് -7 (2015)	$ 1,516,045,911

ഇന്ത്യ - ഹിന്ദി

എക്കാലത്തെയും മികച്ച ഹിറ്റ് ചിത്രങ്ങൾ.

3 ഇഡിയറ്റ്സ് (2009), ദിൽവാലെ ദുൽഹനിയ ലേ ജായാംഗേ (1995), ഷോലെ (1975), ജഗ (2014), ദങ്കൽ (2016), ലഗാൻ (2001), മുഗൾ - ഇ-അസം (1960), ബജ്രംഗി ബായി ജാൻ (2015), സുൽത്താൻ (2016).

ചിത്രം	ബജറ്റ്	ഗ്രോസ്
1.ദങ്കൽ	70 കോടി	1965 കോടി
2. ജഗ	85 കോടി	832 കോടി
3. ബാഹുബലി - 2	250 കോടി	734.17കോടി
4. ബജ്രംഗ് ബായിജാൻ	90 കോടി	626 കോടി
5. സുൽത്താൻ	70 കോടി	589 കോടി
6. ധൂം -3	1.5 ബില്യൺ	558 കോടി
7. ചെന്നൈ എക്സ്പ്രസ്	75കോടി	422 കോടി

മലയാള സിനിമ

ചിത്രം	ബജറ്റ്	ഗ്രോസ്
1. പുലിമുരുകൻ (2016)	25 കോടി	152 കോടി
2.ദൃശ്യം (2013)	4.50 കോടി	75 കോടി
3. ഒപ്പം (2016)	6.8 കോടി	65 കോടി
4. പ്രേമം (2015)	4 കോടി	60 കോടി
5. എന്നു നിന്റെ മൊയ്തീൻ (2015)	13 കോടി	60 കോടി
6. റ്റൂ കൺട്രീസ് (2015)	ലഭ്യമല്ല	55 കോടി
7. അമർ അക്ബർ അന്റണി (2015)	6.70 കോടി	45 കോടി

മലയാള സിനിമയിൽ കോടികളുടെ കളക്ഷൻ നേടുമ്പോൾ തന്നെ നികുതിയിനത്തിൽ വലിയ വരുമാനമാണ് ഗവൺമെന്റ് നേടുന്നത്. സിനിമയ്ക്കുവേണ്ടി കുറെ കാര്യങ്ങൾ കൂടി ഗവൺമെന്റിനും ചെയ്യാവുന്നതാണ്. സബ്സിഡി വർദ്ധിപ്പിക്കുകയാണെങ്കിൽ ചെറിയ ബജറ്റിലുള്ള നല്ല സിനിമകളുണ്ടാകും. ചെറുകിട സംവിധായകർക്കും നിർമ്മാതാക്കൾക്കും വൻ ബജറ്റ് പ്രൊഡക്ഷനോടു മത്സരിക്കാനാവില്ല.

കുറഞ്ഞപക്ഷം ചിത്രം റിലീസു ചെയ്യാൻ ഗവൺമെന്റ് തീയേറ്ററുകൾ അനുവദിക്കുക. പരസ്യ പോസ്റ്ററുകൾ ഒട്ടിക്കാനുള്ള സൗകര്യങ്ങളെങ്കിലും ചെയ്തു കൊടക്കുക. സിനിമയുടെ നികുതിപ്പണം കൊണ്ട് അത്രയെങ്കിലും ചെയ്യേണ്ടേ.



ബാറ്റൺ ബോസ്
നോവലിസ്റ്റ്, തിരക്കഥാകൃത്ത്,
ചാനൽ പ്രോഗ്രാം ഡയറക്ടർ





MARKETING MANAGER

MARKETING EXECUTIVE

CIRCULATION EXECUTIVE

GRAPHIC DESIGNER

EDITOR-IN-CHARGE

SUB - EDITOR

Rush your resume to :

 effectiveadcom@gmail.com  : 85939 98705, 9388153029

www.effectiveadcom.com  /effective.adcom  /effective-adcom

EFFECTIVE ADCOM - THE FIRST ADVERTISING & MARKETING MAGAZINE IN MALAYALAM

Subscription Offer	No. of Issues	Price	You Pay	You Save
1 year	12	Rs. 600/-	Rs. 540/-	Rs. 60/-
2 years	24	Rs. 1200/-	Rs. 1000/-	Rs. 200/-
3 years	36	Rs. 1800/-	Rs. 1400/-	Rs. 400/-

Name : ....

Address : ....

....

District : .... Pin : ....

Mobile : .... Email : ....

Enclosed DD/Cheque No : ....

Name of the Bank : ....

Date : .... Sd/- ....

Special Combo Offer

₹110

1 year subscription of Effective Adcom

+

അസാദ്ധ്യമായതിനെ സാദ്ധ്യമാക്കവാൻ

Total worth ₹ ~~710/-~~

Now at ₹ **600/-** only

You can transfer the amount to
A/c No. 10941011001020, IFSC : ORBC0101094,
Oriental Bank of Commerce, Kottayam
A/c Name: Effective Publications

Effective Publications, Mughal Palace Building, Collectorate P.O.,Kottayam , Kerala- 02, Ph: 08593 998705, effectiveadcom@gmail.com

ജി എസ് ടി എന്ന നികുതി പരിഷ്കാരം

ഇന്ത്യ ഒറ്റ രാജ്യമാണെങ്കിലും നിലവിലെ സ്ഥിതിയിൽ ഓരോ സംസ്ഥാനവും ഏതാണ്ട് സ്വതന്ത്ര നികുതി വ്യവസ്ഥയുമായാണ് മുന്നോട്ട് പോകുന്നത്. ഒരു സംസ്ഥാനത്ത് നിന്ന് മറ്റൊരു സംസ്ഥാനത്തേയ്ക്ക് ഉത്പന്നങ്ങൾ എത്തിയ്ക്കുമ്പോൾ രണ്ടിടത്തും നികുതി നൽകേണ്ടി വരുന്നുണ്ടായിരുന്നു. ജിഎസ്ടി വരുന്നതോടെ ആ പ്രശ്നവും പരിഹരിയ്ക്കപ്പെടും.

ജി.എസ്.ടിക്ക് തുടക്കമായി. സ്വപ്ന പദ്ധതിയായ ജി.എസ്.ടി ഇന്ത്യൻ സമ്പത്ത്ഘടനയിലെ നിർണായക ചുവടുവെപ്പാണ്. ഉത്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് എത്തുന്നതിന് മുൻപ് പല ഘട്ടങ്ങളിൽ പല നികുതികൾ കൊടുക്കുന്നത് ഒഴിവാക്കുക എന്നതാണ് ഏകീകൃത നികുതി സമ്പ്രദായം നടപ്പാക്കുന്നതിലൂടെ സർക്കാർ ലക്ഷ്യമിടുന്നത്. ഉത്പന്നങ്ങൾക്ക് ഒറ്റ നികുതി മാത്രമേ ഈടാക്കൂ എന്നതാണ് ജിസ്ടിയുടെ പ്രത്യേകത ശസ്ത്രസാങ്കേതിക രംഗത്ത് ഇന്ത്യ എല്ലാ മേഖലയിലും വളർച്ച നേടിയിട്ടില്ല എന്നതാണ് ജിഎസ്ടി നിലവിൽ വരുമ്പോൾ നേരിടാൻ പോകുന്ന ഒരു പ്രായോഗിക പ്രശ്നം.

ജി എസ് ടി സമ്പ്രദായം നടപ്പിൽ വരുന്നതോടെ രാജ്യം ഒറ്റ വിപണിയായി മാറും എന്നാണ് വിലയിരുത്തപ്പെടുന്നത്. കേന്ദ്ര സർക്കാരിന് നികുതിയിനത്തിൽ കൂടുതൽ പണം ലഭിയ്ക്കുമ്പോൾ അത് ജനങ്ങൾക്ക് സേവനങ്ങളുടെ പാതയിൽ ലഭ്യമാകും. സാധാരണക്കാരെ എങ്ങനെയാണ് ചരക്ക് സേവന നികുതി നേരിട്ട് ബാധിയ്ക്കുക എന്നതാണ് ഒരു ചോദ്യമായി പിന്തുടരുന്നത്. ഉത്പാദകർക്കും വിൽപനക്കാർക്കും നികുതിയിൽ കുറവ് വരുമ്പോൾ അത് സ്വാഭാവികമായി ഉപഭോക്താക്കൾക്കും ഗുണകരമായിത്തന്നെ ഭവിക്കും എന്നാണ് കരുതപ്പെടുന്നത്. എല്ലാ നികുതികളും ഒരു പോയന്റിൽ തന്നെ ഈടാക്കപ്പെടും. അന്തർസംസ്ഥാന നികുതികളും ഏകീകരിയ്ക്കപ്പെടുന്നത് ഉപഭോക്താക്കളെ സംബന്ധിച്ച് ഗുണകരമാണ്.

ഇന്ത്യ ഒറ്റ രാജ്യമാണെങ്കിലും നിലവിലെ സ്ഥിതിയിൽ ഓരോ സംസ്ഥാനവും ഏതാണ്ട് സ്വതന്ത്ര നികുതി വ്യവസ്ഥയുമായാണ് മുന്നോട്ട് പോകുന്നത്. ഒരു സംസ്ഥാനത്ത് നിന്ന് മറ്റൊരു സംസ്ഥാനത്തേയ്ക്ക് ഉത്പന്നങ്ങൾ എത്തിയ്ക്കുമ്പോൾ രണ്ടിടത്തും നികുതി നൽകേണ്ടി വരുന്നുണ്ടായിരുന്നു. ജിഎസ്ടി വരുന്നതോടെ ആ പ്രശ്നവും പരിഹരിയ്ക്കപ്പെടും. ഇത് ഉത്പന്ന വിലയിൽ കുറവുണ്ടാക്കുമെന്നും ഉറപ്പാണ്. കേന്ദ്ര ചരക്ക് സേവന നികുതി (സിജിഎസ്ടി) എന്നും സംസ്ഥാന ചരക്ക് സേവന നികുതി (എസ്ജിഎസ്ടി) എന്നും ജിഎസ്ടിയെ രണ്ടായി തിരിയ്ക്കുന്നുണ്ട്. സിജിഎസ്ടി നിലവിൽ വരുന്നതോടെ സെൻട്രൽ എക്സൈസ് ഡ്യൂട്ടി, അഡീഷണൽ എക്സൈസ് ഡ്യൂട്ടി, മരുന്നുകൾക്കും മറ്റും ഏർപ്പെടുത്തുന്ന എക്സൈസ് തീരുവ, സേനവ നികുതി, അഡീഷണൽ കസ്റ്റംസ് ഡ്യൂട്ടി, സ്പെഷ്യൽ അഡീഷണൽ ഡ്യൂട്ടികൾ, സർ ചാർജ്ജുകൾ, സെസ്സ് എന്നിവ ഇല്ലാതാകും. എസ്ജിഎസ്ടി വരുമ്പോൾ വാറ്റ്, വിൽപന നികുതി, വിനോദ നികുതി, ആഡംബര നികുതി, സംസ്ഥാന സെസ്സുകൾ, എൻട്രി ടാക്സ് എന്നിവ ഇല്ലാതാകും. നിലവിലുള്ള നികുതികളാണ് ചരക്കു സേവന നികുതിയിൽ ലയിപ്പിച്ചിട്ടുള്ളത്.

കേന്ദ്രഗവൺമെന്റ് ചുമത്തുകയും പിരിച്ചെടുക്കുകയും ചെയ്യുന്ന നികുതികളായ കേന്ദ്ര എക്സൈസ് ഡ്യൂട്ടി, അഡീഷണൽ എക്സൈസ് ഡ്യൂട്ടി (തുണിത്തരങ്ങൾക്ക്), സേവന നികുതി, സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും സപ്ളയുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിട്ടുള്ള കേന്ദ്ര സർചാർജുകളും സെസ്സുകളും സംസ്ഥാന നികുതികളായ സ്റ്റേറ്റ് വാറ്റ്, കേന്ദ്ര വിൽപന നികുതി, ആഡംബര നികുതി, എല്ലാ തരത്തിലുമുള്ള പ്രവേശന നികുതി, പരസ്യ നികുതി, വിനോദ നികുതി, പർച്ചേസ് നികുതി, എന്നിവ ജി എസ് ടി യിൽ ലയിപ്പിക്കും. ചരക്കു സേവന നികുതി സമ്പ്രദായം നടപ്പിലാക്കുന്നത് ഇന്ത്യയിലെ പരോക്ഷ നികുതി പരിഷ്കാരങ്ങളിലെ വളരെ സുപ്രധാനമായ കാൽവെയ്പ്പാണ്.

കേന്ദ്ര സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ ചുമത്തിയിരിക്കുന്ന വളരെ ഏറെ നികുതികൾ ഒറ്റ നികുതിയാക്കി മാറ്റുകയും മുൻ സ്റ്റേജ് നികുതികളുടെ സെറ്റ് ഓഫ് അനുവദിക്കുകയും ചെയ്യുക വഴി നികുതിയുടെമേൽ നികുതി എന്നതിന്റെ ദൂഷ്യഫലങ്ങൾ ഒഴിവാക്കുകയും രാജ്യമാകയുള്ള പൊതു മാർക്കറ്റിനു വഴി ഒരുങ്ങുകയും ചെയ്യും. ഉപഭോക്താവിനുണ്ടാകുന്ന ഏറ്റവും വലിയ നേട്ടം, ഇപ്പോൾ 25% മുതൽ 30% വരയെന്നു കണക്കാക്കുന്ന നികുതിഭാരം വളരെ കുറയുന്നു എന്നതാണ്. ജി എസ് ടി നടപ്പാക്കുന്നത് വഴി നമ്മുടെ ഉത്പന്നങ്ങൾ ഇന്ത്യൻ മാർക്കറ്റിലും അന്താരാഷ്ട്ര മാർക്കറ്റിലും കൂടുതൽ മത്സരക്ഷമമാകുകയും ചെയ്യും എന്നും പ്രതീക്ഷിക്കപ്പെടുന്നു.



ഭാവി എങ്ങനെയാകണം ?

പത്താം ക്ലാസ്സിനു ശേഷം അവരവരുടെ അഭിരുചി തിരിച്ചറിഞ്ഞു കഴിഞ്ഞാൽ ഏതു സ്ട്രീമിലൂടെ മുന്നോട്ടു പോകണമെന്ന് തീരുമാനിക്കാം. പ്ലസ്ടു കഴിഞ്ഞാൽ എണ്ണമറ്റ റോഡുകളുടെ വക്കിലെത്തി നിൽക്കുന്ന ഒരു അവസ്ഥ വന്നു ചേരുന്നു. എണ്ണമറ്റ കോഴ്സുകളുടേയും കോളേജുകളുടേയും നീണ്ട നിര നമുക്കു മുന്നിലുണ്ട്. കഴിഞ്ഞ ലക്കങ്ങളിൽ എൻജിനീയറിംഗ്, മെഡിസിൻ, മാനേജ്മെന്റ്, കൊമേഴ്സ് കോഴ്സുകളെപ്പറ്റി പ്രതിപാദിച്ചിരുന്നു.

Arts & Humanities വിഭാഗത്തിൽ കഴിവ് തെളിയിക്കുന്നവർക്കായി നിരവധി കോഴ്സുകൾ കാത്തിരിക്കുന്നു. Arts & Humanities നൽകുന്ന നിരവധി അവസരങ്ങൾ കമ്പ്യൂട്ടർ, മാനേജ്മെന്റ്, നിയമം എന്നീ മേഖലകളിലേക്ക് വഴിയൊരുക്കുന്നു. പ്ലസ്ടു ഹ്യൂമാനിറ്റീസിന് ശേഷം animation, clutural art, choreography, painting, photography എന്നീ കോഴ്സുകൾ കരിയറിന് അനുയോജ്യമാണ്.

Animation & Multimedia

Arts Student ന്റെ കരിയറിനു അനുയോജ്യമായ കോഴ്സാണ് Animation & Multimedia. ക്രിയേറ്റിവിറ്റി, സ്കിൽ പ്രകടിപ്പിക്കാൻ സാധിക്കുന്ന ഒരു അവസരമാണ്. ഒരു object നെ കമ്പ്യൂട്ടർ ഗ്രാഫിക്സിന്റെ സഹായത്തോടെ മൂവ്മെന്റും ഷെയ്പ്പും വ്യത്യാസം വരുത്തി ആനിമേഷൻ സിനിമ ആക്കുന്നു. ഇതിനെ 2D& 3D ആനിമേഷൻ എന്ന് രണ്ടായി തിരിക്കുന്നു. ഈ കോഴ്സിനു ശേഷം സിനിമ നിർമ്മാണം, പരസ്യ ചിത്ര നിർമ്മാണ കമ്പനി, ആനിമേഷൻ & കാർട്ടൂൺ, ഗയിംസ് തുടങ്ങിയ ജോലികളിൽ ഭാഗമാകാനും Animation & Multimedia സഹായിക്കുന്നു.

Course Type:Diploma/Degree

Duration: 1 year / 3years

Salary: around 2-3 lakh per Annum (for fresher)

Career Interest:Computer & Multimedia

12thStream: Any stream

Fashion Technology

ആധുനിക ഈ കാലഘട്ടത്തിൽ ഫാഷൻ എന്നു പറയുന്നത് നിത്യ ജീവിതത്തിന്റെ ഭാഗമായി മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഫാഷനിൽ ട്രെൻഡ് എന്നത് മാറിവരുന്ന മനുഷ്യന്റെ സംസ്കാരത്തെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു. ഫാഷൻ പഠനത്തിൽ design, fabric, texture, quality of fashion goods, creativity എന്നീ വിഭാഗങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുന്നു. ക്രിയേറ്റീവ് ആയി ചിന്തിക്കുന്നവർക്ക് ഒരു വലിയ ഫാഷൻ ലോകം തുറന്നു തരികയാണ് ഫാഷൻ ടെക്നോളജി കോഴ്സ്.

Course Type:Certificate/Diploma/Degree

Duration: 1 year / 2 Years/3years

Salary: around 2-3 lakh per Annum (for fresher)

Career Interest:Fashion

12thStream: Any stream



Visual Arts

ആർട്സ് വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് മികച്ച കരിയർ നൽകുന്നു വിഷ്വൽ കോഴ്സുകൾ. ഈ കോഴ്സിൽ പെയ്ന്റിംഗ്, ഡ്രോയിംഗ്, സ്കൾപ്ച്ചർ, ഫോട്ടോഗ്രഫി, ആർക്കിടെക്ച്ചർ, വീവിങ്ങ് & ഫാബ്രിക്സ് എന്നിവയുണ്ട്. അപ്ലൈഡ് ആർട്സിന്റെ ഒരു ഭാഗമാണ് ഈ കോഴ്സ്. വിഷ്വൽ ആർട്സ് വിദ്യാർത്ഥികൾക്കായി വലിയ കരിയർ അവസരങ്ങൾ ഒരുക്കിയിരിക്കുന്നു.

Course Type:Certificate/Diploma/Degree

Duration: 1 year / 2 Years/3years

Salary: around 2-3 lakh per Annum (for fresher)

Career Interest:Arts

12thStream: Any stream

Literary Arts

ഫൈൻ ആർട്സിന്റെ ഒരു ഭാഗമാണ് ലിറ്ററി ആർട്സ്. Creative, imaginative ആയുള്ള ചിന്തകൾ textural form ൽ convert ചെയ്യാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്ന ഫൈൻ ആർട്സ് വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് ഒരു വലിയ അവസരമാണ് ലിറ്ററി ആർട്സ് ഒരുക്കുന്നത്. കവിത, നോവൽ, ചെറുകഥ, സ്ക്രിപ്റ്റ് എന്നീ വിഭാഗങ്ങൾ ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. കരിയറിൽ എഴുത്തുകാരനാകാനും പബ്ലീഷറാകാനും ഉള്ള അവസരം കൂടിയാണ് ലിറ്ററി ആർട്സ്.

Course Type:Diploma/Degree

Duration: 1 year / 2 Years/3years

Salary: around 2-2.5lakh per Annum (for fresher)

Career Interest:Writing

12thStream: Any stream

Mass Communication

മാസ്സ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷനിൽ ജേർണലിസം, ഫിലിം, പരസ്യങ്ങൾ എന്നിവ ഉൾപ്പെടുന്നു. മാസ്സ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷനിൽ ഡിഗ്രി, ഡിപ്ലോമ കോഴ്സുകൾ ഉണ്ട്. ജേർണലിസം, ആങ്കറിംഗ്, വാർത്ത ചാനലുകൾ, ടിവി ഷോ എന്നിവയിലൂടെ കരിയറിനു മികച്ച തുടക്കം കുറിക്കാം. മീഡിയയുടെ വളർച്ചക്കനുസരിച്ച് മാസ്സ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷനിലും മികച്ച അവസരങ്ങൾ ഉണ്ടാകുന്നു.

Course Type: Diploma/ Degree

Duration: 1 year / 3years

Salary: around 2-3lakh per Annum (for fresher)

Career Interest:Journalism, Communication

12thStream: Any stream

Performing Arts

പന്ത്രണ്ടാം ക്ലാസ്സ് കഴിഞ്ഞ Arts & Humanitise വിദ്യാർത്ഥികൾക്കായി ഉള്ള കോഴ്സാണ് പെർഫോർമിങ്ങ് ആർട്സ്. സംഗീതം, തീയേറ്റർ, ഡാൻസ്, പാട്ട്, അഭിനയം, കോമഡി, ഡയറക്ഷൻ, കൊറിയോഗ്രഫി, എഡിറ്റിംഗ്, മാർഷൽ ആർട്സ് എന്നീ വിഭാഗങ്ങൾ പെർഫോമിങ്ങ് ആർട്സിന്റെ ഭാഗമാണ്. സിനിമ, എന്റർടെയിൻമെന്റ് ഇൻഡസ്ട്രിയിൽ ജോലി ചെയ്യാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്നവർക്ക് തിരഞ്ഞെടുക്കാവുന്ന കോഴ്സാണ് പെർഫോർമിങ്ങ് ആർട്സ്.

Course Type:Diploma/Degree

Duration: 1 year / 2 Years/3years

Salary: around 2-2.5lakh per Annum

(for fresher)

Career Interest:Performance

12thStream: Any stream

Language

പന്ത്രണ്ടാം ക്ലാസ്സ് പഠനത്തിനുശേഷം ഏറ്റവും കൂടുതൽ വിദ്യാർത്ഥികൾ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്ന ഒരു വിഭാഗമാണ് ലാംഗ്വേജ്. ലാംഗ്വേജ് കോഴ്സുകളിൽ പ്രാഗത്ഭ്യം ലഭിച്ചവർക്ക് translator/ interpreter ആയി മൾട്ടി നാഷണൽ കമ്പനികളിലും ഗവൺമെന്റ് ഡിപ്പാർട്ടുമെന്റിലും അവസരം ലഭിക്കുന്നു. വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് അവർക്ക് ഇഷ്ടപ്പെട്ട ഭാഷ തിരഞ്ഞെടുത്ത് പഠിക്കാം. ഉത്ഭവം, പാരമ്പര്യം, സംസ്കാരം, പഠനം, റിസേർച്ച് എന്നീ വിഭാഗങ്ങൾ ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു.

Course Type:Degree

Duration: 3years

Salary: around 1.5-2 lakh per Annum

(for fresher)

Career Interest:Learning of languages

12thStream: Any stream

Classroom



അഡ്വർട്ടൈസിംഗ്, മാർക്കറ്റിംഗ് മേഖലകളിലേക്ക് കടന്നുവരുന്ന നവാഗതർക്കും വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും പ്രയോജനപ്പെടുത്താവുന്ന ഒരു പംക്തി. ഓരോ ലക്കവും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നവർക്ക് ഭാവിയിൽ ടെക്സ്റ്റ്ബുക്കായി ഉപകരിക്കും.

റേഡിയോ പരസ്യങ്ങൾ

ശ്രോതാവുമായുള്ള ഈ അടുപ്പം കൂടുതൽ ദൃഢമാക്കുന്ന തരത്തിലാവണം റേഡിയോ പരസ്യ രചനയിലേർപ്പെടാൻ. വർത്തമാനം പറയുമ്പോൾ പറയുന്ന ആളും കേൾക്കുന്ന ആളും തമ്മിലുണ്ടാകുന്ന ഒരടുപ്പമുണ്ടല്ലോ, ആ അടുപ്പമാണ് പരസ്യത്തിലെ വാക്കുകൾകൊണ്ട് സൃഷ്ടിക്കേണ്ടത്.

2001 ലെ സംസ്ഥാന ഭവന സെൻസസ് റിപ്പോർട്ടിൽ നമ്മുടെ ധാരണകളെ തിരുത്തുന്ന ഒട്ടനവധി വസ്തുതകളുണ്ട്.

ഭാര്യയും ഭർത്താവും മാത്രം താമസിക്കുന്ന അണുകുടുംബ വീടുകൾ 70.96 ശതമാനമായാണ് അന്ന് കണക്കാക്കപ്പെട്ടത്. 68 ശതമാനം പേർ സ്ഥിരം കെട്ടിടങ്ങളിൽ താമസിക്കുന്നു. ഓടിട്ട വീടുകളിൽ 57 ശതമാനം. അഞ്ചു ശതമാനം മാത്രമാണ് വാടകവീടുകളിൽ താമസിക്കുന്നവർ. ഒറ്റമുറി വീടുകളുടെയും അഞ്ചുമുറികളിലധികമുള്ള വീടുകളുടെയും അനുപാതം കുറഞ്ഞു. ഈ ഗൃഹങ്ങളിൽ ഉപയോഗിക്കപ്പെടുന്ന ഉപകരണങ്ങളിൽ മുന്നിൽ നിൽക്കുന്നത് ഏതാണെന്ന് ഊഹിക്കാമോ? റേഡിയോ തന്നെ! 59.2 ശതമാനം!

പ്രശസ്ത മാധ്യമ ചിന്തകനായ മാർഷൽ മക്‌ലൂഹൻ റേഡിയോയെക്കുറിച്ച് ഇങ്ങനെ എഴുതി. Radio affects people intimatly. Person to person, offering a world of unspoken communication between writer- speaker and the listeners. A private experience. അതെ, ശ്രോതാവിനോട് നേരിട്ട് സംവദിക്കുന്ന, പറയാതെ തന്നെ പലതും പറയുന്ന, വളരെ സ്വകാര്യമായ ഒരനുഭവം അതാണ് റേഡിയോ എന്ന മാധ്യമം.

ഈ മാധ്യമത്തിന് വേണ്ടി പരസ്യങ്ങൾ തയ്യാറാക്കുമ്പോൾ നാം ഏറ്റവും ആദ്യം പരിഗണിക്കേണ്ടത് ഈ മാധ്യമത്തിന്റെ സവിശേഷതകൾ തന്നെയാണ്.

നമ്മളോടൊപ്പം എവിടെയും ഉണ്ട് എന്നതാണ് റേഡിയോ എന്ന മാധ്യമത്തിന്റെ ഏറ്റവും വലിയ സവിശേഷത. ടെലിവിഷന്റെ കടന്നുവരവോടെ റേഡിയോയുടെ പ്രൗഢി ഒന്നു കുറഞ്ഞിട്ടുണ്ടെങ്കിലും ഒരു വ്യക്തിയുടെ ഏകാന്തതയിൽ അയാളോടൊപ്പം എവിടെയും സഞ്ചരിക്കാൻ കഴിയുന്നു എന്ന ഗുണമുള്ളതുകൊണ്ട് റേഡിയോയോടുള്ള പ്രിയം എക്കാലവും ഉണ്ടാകും. അടുക്കളയിൽ ജോലി ചെയ്തുകൊണ്ടോ, പാഠം പഠിച്ചുകൊണ്ടോ, എന്തിനധികം കുളിക്കുമ്പോൾ പോലും നിങ്ങൾക്ക് റേഡിയോ കേൾക്കാം !

ശ്രോതാവുമായുള്ള ഈ അടുപ്പം കൂടുതൽ ദൃഢമാക്കുന്ന തരത്തിലാവണം റേഡിയോ പരസ്യ രചനയിലേർപ്പെടാൻ. വർത്തമാനം പറയുമ്പോൾ പറയുന്ന ആളും കേൾക്കുന്ന ആളും തമ്മിലുണ്ടാകുന്ന ഒരടുപ്പമുണ്ടല്ലോ, ആ അടുപ്പമാണ് പരസ്യത്തിലെ വാക്കുകൾ കൊണ്ട് സൃഷ്ടിക്കേണ്ടത്. റേഡിയോ ശബ്ദമാധ്യമമാണ്. വാക്കുകൾ, സംഗീതം, പ്രത്യേക ശബ്ദങ്ങൾ, ഗാനം ഇവയിലൂടെ മാത്രമാണ് റേഡിയോ പരസ്യങ്ങളിലെ ആശയ സംവേദനം. നിറം, ചലനം, ദൃശ്യബിംബങ്ങൾ എന്നിങ്ങനെ ഒരു ടെലിവിഷൻ പരസ്യത്തിന് ഗുണകരമായി തീരുന്ന അംശങ്ങൾ ഒരു റേഡിയോ പരസ്യത്തിൽ ഉണ്ടാവില്ലല്ലോ. ഈ ന്യൂനത ഗുണമായി മാറ്റണം. ഉചിതമായ സംഗീതത്തിന്റെയും ശബ്ദവിന്യാസത്തിന്റെയും അകമ്പടിയോടെ ശ്രദ്ധാപൂർവ്വം തെരഞ്ഞെടുത്ത വാക്കുകൾ ഉപയോഗിച്ചാണ് റേഡിയോ പരസ്യകോപ്പി തയ്യാറാക്കുന്നതെങ്കിൽ അത് തീർച്ചയായും ശ്രോതാവിന്റെ മനസ്സിൽ ദൃശ്യബിംബങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കും. ശ്രോതാവിന്റെ ഭാഗഭാഗിത്വം– ഇത്തരമൊരു ദൃശ്യബിംബ സൃഷ്ടി മനസ്സിൽ നടക്കുന്നു എന്നത് റേഡിയോ പരസ്യത്തിൽ ഉയർന്ന തോതിലായിരിക്കും. റേഡിയോയിലൂടെ പ്രക്ഷേപണം ചെയ്യുവാനുള്ള ഒരു പരസ്യകോപ്പി തയ്യാറാക്കുമ്പോൾ ഏതു തരം വാക്കുകൾക്കാണ് പ്രാധാന്യം കൊടുക്കേണ്ടത്? ശ്രോതാവിന്റെ മനസ്സിൽ ബിംബങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്ന വാക്കുകൾ എന്നു പറയാം. ഇത്തരമൊരു പദനിർമ്മാണ പദ്ധതിയെക്കുറിച്ച് കോപ്പിറൈറ്റർ അറിഞ്ഞിരിക്കണം.

Onomatopoea (ഓണോമറ്റോപ്പീയ) എന്ന് നിങ്ങൾ കേട്ടിട്ടുണ്ടോ? ഉദ്ദിഷ്ട വസ്തുവിന്റെ ശബ്ദം ധ്വനിപ്പിക്കത്തക്ക തരത്തിലുള്ള പദങ്ങളുപയോഗിച്ച് ആശയവിനിമയം നടത്തുന്ന സമ്പ്രദായമാണിത്. വസ്തു ശബ്ദ പ്രതീതി പദനിർമ്മിതി എന്നും പറയാം.

ഒരു ഉദാഹരണം നോക്കൂ. ഇംഗ്ലീഷിലെ Whiz എന്ന പദം ഹിസ് എന്ന് ഉച്ചരിക്കുന്ന ഈ പദത്തിന്റെ അർത്ഥം സീൽക്കാരം എന്നാണ്. ഉപയോഗിക്കുന്ന പദംകൊണ്ടുതന്നെ സീൽക്കാരത്തിന്റെ പ്രതീതി സൃഷ്ടിക്കുന്നു. ശബ്ദം അർത്ഥത്തെ ദ്യോതിപ്പിക്കുന്ന ഇത്തരത്തിലുള്ള പദങ്ങളുടെ പ്രയോഗത്തിൽ റേഡിയോയ്ക്ക് വേണ്ടി കോപ്പി തയ്യാറാക്കുമ്പോൾ ഒരു കോപ്പിറൈറ്റർ പ്രാവീണ്യം നേടേണ്ടതുണ്ട്.

റേഡിയോ പരസ്യങ്ങളുടെ നിർമ്മാണ ചെലവും പ്രക്ഷേപണ ചെലവും താരതമ്യേന കുറവുമാണ്. വാക്കുകളും (ശബ്ദവും) അൽപ്പം സംഗീതവും മതിയാകുമല്ലോ, മാത്രമല്ല, റേഡിയോ ശ്രോതാവ് പലപ്പോഴും താൻ കേൾക്കുന്ന പരസ്യകോപ്പിയും ജിംഗിളുമെല്ലാം സ്വാഭാവികമായിത്തന്നെ മൂളുവാൻ ശ്രമിക്കും. കാരണം അയാളത് മനസ്സിൽ സങ്കൽപ്പിക്കുകയും ഉറപ്പിക്കുകയുമാണല്ലോ. സൂക്ഷ്മതയോടെ ഉപയോഗിച്ചാൽ Visual Signature പോലെ തന്നെ ശ്രദ്ധേയമായി തീരും Audio Signature ഉം. ഉദാഹരണം ദൂരദർശനിൽ വാർത്തകൾക്കു മുമ്പ് പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്ന ലോഗോയ്ക്ക് ഒപ്പം കേൾക്കുന്ന പ്രത്യേകം ചിട്ടപ്പെടുത്തിയ സംഗീതം.

പലപ്പോഴും ഏകാന്തതയിലാണ് റേഡിയോ ശ്രവിക്കുന്ന എന്നു പറഞ്ഞുവല്ലോ, ഈ ശ്രോതാവ് അത്ര ശ്രദ്ധോടെയല്ല കേൾക്കുന്നത് എന്നും വരാം. ശബ്ദം മാത്രം അശ്രദ്ധയോടെ കേട്ടിരിക്കുകയാണെങ്കിൽ പരസ്യത്തിലെ സന്ദേശം കിട്ടാതെ പോകുമല്ലോ.

റേഡിയോയിൽ പരസ്യം ചെയ്യുമ്പോൾ ശബ്ദത്തിന്റെ സർവ്വ സാധ്യതകളെയും ഉപയോഗപ്പെടുത്തണം. വാക്കുകൾക്കിടയിൽ വരുന്ന നിശ്ബദതപോലും അപ്പോൾ പ്രധാനമായി വരുന്നു.

ഒരു പത്രപരസ്യം ചുരുക്കിവായിച്ചാൽ ഒരു റേഡിയോ പരസ്യം ആവില്ല. പത്രപ്പരസ്യം വായനയ്ക്ക് അഥവാ കാഴ്ചക്കുള്ളതാണല്ലോ. ദൃശ്യഭംഗിയിലായിരിക്കും അതിൽ ഊന്നൽ. വാക്കുകൾക്കു പോലും. എന്നാൽ റേഡിയോപരസ്യത്തിൽ ശബ്ദ ഭംഗിക്കാണ് ഊന്നൽ. ലഘുവും കാതിന് ഇമ്പകരവുമായ വാക്കുകൾ വേണം തെരഞ്ഞെടുക്കുവാൻ. വായിക്കുവാനും (അനൗൺസർക്ക്) ഓർമ്മയിൽ സൂക്ഷിക്കുവാനും (ശ്രോതാവിന്) എളുപ്പമുള്ള വാക്കുകൾ റേഡിയോ പരസ്യം കേൾക്കുമ്പോൾ നിഘണ്ടു നോക്കി അർത്ഥം കണ്ടുപിടിക്കേണ്ടി വരുന്ന വാക്കുകൾ ഉപയോഗിക്കരുത് എന്നർത്ഥം.

ശ്രോതാവിന്റെ ശ്രദ്ധയും കേൾവിയും പിടിച്ചു പറ്റുന്ന മട്ടിലുള്ള ഒരു തുടക്കം വേണം. ഇത് സവിശേഷ സ്വഭാവമുള്ള ഒരു സൗണ്ട് ഇഫക്ട് കൊണ്ട് ആൾക്കൂട്ടത്തിന്റെ ശബ്ദം, പ്രസിദ്ധമായ ഗാനം, ഹൃദയഹാരിയായ സംഗീതം എന്നിങ്ങനെ സൃഷ്ടിക്കാം. അനൗൺസറുടെ ശബ്ദവും പ്രധാനം. തുളഞ്ഞു കയറുന്ന ശബ്ദത്തേക്കാൾ നല്ലത് മൃദുവും ഉറപ്പുള്ളതുമായ ശബ്ദം ആയിരിക്കും. ശ്രോതാവിന്റെ ഏകാന്തതയോടെ ഇത്തരം ശബ്ദം കൂടുതൽ ചേർന്ന് നിൽക്കും. ലഘുവായ വാക്കുകൾ ഉപയോഗിക്കുക എന്നു പറയുമ്പോൾ വിവക്ഷിക്കുന്നത് ശ്രവണമാത്രയിൽ അർത്ഥ കൽപ്പന സാധിക്കുന്ന വാക്കുകൾ ഉപയോഗിക്കുക എന്നാണ്. ഉത്പന്നത്തിന്റെ വസ്തുതാവിവരണങ്ങൾ ഒഴിവാക്കി മേന്മകളെ കുറിച്ച് പറയുക. പറയുന്ന രീതി വ്യക്തി കേന്ദ്രീകൃതമാകണം.

ഒരു സ്റ്റോപ് വാച്ച് ഉപയോഗിച്ചു കൊണ്ട് എഴുതിയ പരസ്യം വായിച്ച് സമയം കൃത്യമാണോ എന്നു നോക്കണം. 20 സെക്കന്റുകൾ ഉള്ള പരസ്യമാണെങ്കിൽ നിങ്ങൾ എഴുതുന്ന കോപ്പിയുടെ സമയദൈർഘ്യം അതിലും കുറവായിരിക്കണം. കാരണം സംഗീതം ഉപയോഗിക്കുന്നതിനും അനൗൺസർ അത് വായിക്കുമ്പോൾ അത്യാവശ്യം വേണ്ട നിർത്തലുകൾക്കും (pause) ഉള്ള സമയം കൂടി കിട്ടണമല്ലോ?

പല റേഡിയോ പരസ്യങ്ങളും സംഗീതത്തോടെയാണ് ആരംഭിക്കാറ്. അന്ത്യത്തിലും ഈ സംഗീതം ആവർത്തിച്ചേക്കാം. നല്ലൊരു സൗണ്ട് എഞ്ചിനീയർക്ക് ഒരു സംഗീതാത്മക ചലനം ഇങ്ങനെ സൃഷ്ടിക്കുവാൻ കഴിയും.

റേഡിയോ പരസ്യത്തിനായി നിങ്ങൾ എഴുതുന്ന കോപ്പി സഹപ്രവർത്തകരെ ഉറക്കെ വായിച്ച് കേൾപ്പിച്ച് അവരുടെ പ്രതികരണങ്ങൾ മനസിലാക്കുക. വാക്കുകൾ ഉദ്ദേശിക്കുന്ന ഫലം ചെയ്യുന്നില്ലെങ്കിലോ സങ്കീർണ്ണമാണെങ്കിലോ ഒക്കെ ഈ പ്രക്രിയ കൊണ്ട് വേണ്ട തിരുത്തലുകൾ വരുത്തുവാൻ കഴിയും.

> റേഡിയോയിൽ പരസ്യം ചെയ്യുമ്പോൾ ശബ്ദത്തിന്റെ സർവ്വ സാധ്യതകളെയും ഉപയോഗപ്പെടുത്തണം. വാക്കുകൾക്കിടയിൽ വരുന്ന നിശ്ബദതപോലും അപ്പോൾ പ്രധാനമായി വരുന്നു.

റേഡിയോ പരസ്യം കൂടുതൽ ഫലപ്രദമാകുവാൻ ഉത്പന്നത്തിനോടൊപ്പം എന്തെങ്കിലും പ്രത്യേക ഓഫറുകൾ ഉണ്ടെങ്കിൽ അതിന്റെ വിശദ വിവരങ്ങൾ കോപ്പിയിൽ ഉൾപ്പെടുത്തണം. ഓഫർ എന്താണ്? എവിടെ നിന്നും കിട്ടും? പ്രയോജനങ്ങൾ എന്ത്? ലാഭം എന്ത്? എന്നിങ്ങനെ.

ഉത്പന്നത്തിന്റെയും കമ്പനിയുടെയും പേരുകൾ റേഡിയോ പരസ്യത്തിൽ ആവർത്തിക്കാവുന്നതാണ്. ഈ ആവർത്തനം ശ്രോതാവിനെ മുഷിപ്പിക്കുകയില്ല കാരണം, അതിലൂടെ അയാൾ വസ്തുക്കൾ ഉറപ്പാക്കുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്.

ദൃശ്യബിംബങ്ങളോ, നിറമോ ടൈപ്പുകളോ ഒന്നും റേഡിയോ പരസ്യത്തെ സഹായിക്കുവാൻ ഇല്ലാത്തതുകൊണ്ട്, വ്യത്യസ്ത വിവരങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുത്താതിക്കുന്നതാണ് നല്ലത്.

ചെലവിലും വ്യാപ്തിയിലും സന്ദേശ വിനിമയത്തിന്റെ കാര്യക്ഷമതയിലും റേഡിയോ പരസ്യങ്ങൾ ചില ഉത്പന്നങ്ങൾക്കും സേവനങ്ങൾക്കും കൂടുതൽ ഇണങ്ങിയവയാണ്. പ്രാദേശികമായ ഒരു വിപണിയെ ലക്ഷ്യം വെയ്ക്കുന്നവർക്ക് കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ കൂടുതൽ ഫലം റേഡിയോ പരസ്യങ്ങൾ നൽകും. എളുപ്പം തയ്യാറാക്കി എളുപ്പം തന്നെ ശ്രോതാവിലെത്തിക്കുവാൻ കഴിയും എന്ന നിലയിലും റേഡിയോ പരസ്യങ്ങൾ ഇടത്തരം പരസ്യകർത്താക്കൾക്ക് കൂടുതൽ ആകർഷകമാണ്.



പ്രൊഫ. ജോസി ജോസഫ്
മീഡിയ സയൻസിൽ അക്കാദമിക് വിദഗ്ദ്ധൻ

Classroom



Characteristic Features of Consumer Products

Large- Scale Production

In contrast to the industrial products, consumer goods are manufactured on a mass scale. Industrial goods are destined to meet on a small number of buyers. But demand for consumer products is quantitatively very high and hence large scale production is inevitable. This is required also due to the fact that majority of consumer products are non durables. This in turn, demands for continuous production and perpetual supply of products to the market. It is a fact that most of the modern marketing techniques came into vogue mainly on account of this particular characteristic feature of consumer products.

Demand is primary in nature.

Because of the advertising and other promotional methods used profusely even the derived demand for a particular product is changed into a primary demand. The maxim, "yesterday's luxuries are necessaries of today" is apt here. This is proved in the case of automobiles. The cars or refrigerator were considered to be near luxuries in the past bu they have been to day converted in to near necessaries. The refrigerator recently marketed, offers another example in this connection. Generally stated the consumer products are necessaries and hence the demand for such products is primary in nature.

Elasticity in demand

This is however, not applicable to all types of consumer products. It is here that the first classification is considered to be more relevant. The essential products such as rice, cloth etc. do not show any elasticity in their price structure. But the durable consumer products do show this tendency. Exactly because of this reason only the price cuts or price reduction are allowed during 'off season' periods. The fan manufacturing companies provide a good example in this matter.

Widespread buyers

As against regional concentration of industrial users, consumer market is widespread as the buyers are scattered. Earlier, it was seen that consumer products are meant for ultimate consumption and therefore, the products should be made available at all places wherever there are potential customers. This aspect compels the manufacturers to adopt a network of distribution arrangements that would cater to the need of total market. From a direct channel to a most complicated channel with as many middlemen as possible might become necessary depending, of course, on the nature of the product and various other factors.

Horizontal market

The markets are sometimes classified as Vertical market and Horizontal market. Vertical market is often found in industrial marketing where a direct sale is involved. However, this is not a general condition and exception is also found. Vertical market is one when the product of a manufacturer is usable virtually in only one or two industries. If the product is usable by many industries (consumers) then it could be described as a horizontal market. This could be illustrated as follows:

In a vertical market a product can be tailor- made to meet the specific needs of the buyers, in consumer products this may not be possible simply because of large- scale production. Therefore, in a horizontal market the product must be developed to meet various purposes. Because of the numerous customers involved in a horizontal market, the producer has to give equal importance to personal as well as impersonal methods of sales promotion. The use of middlemen is also more in a horizontal market.

Small purchases

Invariably the unit cost of consumer goods is low. Because of the inelasticity and also due to ready availability the unit of purchase is also low. But the frequency of purchase is greater and therefore, the total sales from the point of view of the manufacturer would be high. The profits of the concern depend upon the rapidity of stock turnover.

Competition

One of the most distinguishing features of consumer goods is that they are subject to severe competition. The competition assumes different proportions. For

example, there may be price competition, quality competition, competition from substitute products etc. It is the duty of the manufacturer to see that these competitions are effectively overcome with various methods. For this, constant, researches are carried out and the product is assumed to satisfy and please the buyers. Analysis of product life cycle, consideration of product mix, etc. are some of the tools manufacturers adopt in this regard.

Branding is one effective method with which brand loyalty is created. This is semi-permanent method of maintaining customers in favour of a product. Branding is essential for product differentiation without which identity of a product cannot be established.

Packaging also affords some strength to the products for proper identification. In short, to make one offering different from another, a product is branded i.e., given a name of its own and packaged in distinctive manner. The package that gives the consumer an advantage, gives greater satisfaction in some manner, is the one that has advantage in a competitive market.

Constant threat from changes in fashion

Another peculiar feature of consumer products is that they are under constant threat from fashion changes. This is evident from product life cycle of consumer product as compared to an industrial product. For example, the experience of Bata's shows that a newly introduced shoes may live only for three to four years in the market. After that period they may have to change the fashion or at least introduce some changes in the product. 'Clearance Sales' organized by many firms are mainly due to this fact only.

This is the fact which made modern marketing to be described "as the art of meeting consumer demand". The saying 'making goods for the market' today changed to 'making profitable customers'. The marketing problem now is to find out what people need and want, and then satisfy those needs and wants. This change of idea is mainly contributed by the fact of abrupt and unexpected fashion changes.

Shifts in buying powers

Shifts in population have had tremendous effects upon marketing. There are two shifts that are recongnised. The first one is the change of population from village to so-called industrial towns. This migration was primarily on account of the attraction for higher wages and the city life. Consequently, this necessitated some changes in marketing methods too. Gradually these markets became saturated and the second shift occurred.

Most of the marketing efforts are now concentrated in villages (so far untapped), which afford a potential market for all consumer goods. These are called rural markets and especially in the case of India they offer wide scope. The increase in the percentage of literacy, development of transport and communications, etc. have considerably reduced the pioneering efforts which otherwise would have been necessary.

Thus changes taking place in population, income and buying habits are creating enormous markets for consumer goods. For efficient and profitable marketing, the marketers of consumer goods should study each of such change, and emerging patterns of demand and devise the best strategy to meet them.

Buying motive is emotional

Contrary to the industrial buying motive, consumer products are bought purely by emotional impulse. Status, prestige, etc. are more dominant factors than a comparative evaluation of merits and demerits of the product. A house-wife buys a refrigerator not purely convinced of its long-term use but to a great extent impressed by the social status gained by owning such a product. Thus consumer products are bought irrationally and are impulse-buying in nature. They are bought sometimes without any prior thinking or decision to buy.

No group buying process is involved and, in fact, buying is made by potential buyers for personal satisfaction. Thus a marketer has to capitalize the opportunity by making point-of sales promotional methods. Offering credit facilities, discounts, bargain offers, samples etc. have telling effect on effecting sales. After sales service is also sometimes necessary in the case of consumer durables eg. Sewing machines, refrigerators etc.

The other peculiar features of consumer goods may be summarized as follows:

Consumers are not well informed about all the varieties of goods produced by the manufacturers;

The products are not usually technically complex.

The channels of distribution are long and complicated.

New products appear in a short span.

Want-satisfying ability is more dominant than the quality of the products.

Sales promotional methods are more frequent and quantitatively high. ●

Don't Find Customers for your products find products for your customers

-Seth Godin

Good marketing offers us a view of the world. Bad marketing offers us a product to buy.

-Simon Sinek



ക്യാമറ എങ്ങനെ ഉപയോഗിക്കാം

പ്രഫഷണൽ ക്യാമറകളും അവയുടെ വിവിധ ആക്സസറികളും വിദഗ്ദ്ധമായി ഉപയോഗിക്കണമെങ്കിൽ അതിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളെപ്പറ്റി ശാസ്ത്രീയമായി അറിഞ്ഞിരിക്കേണ്ടത് അനിവാര്യമാണ്. അവയെക്കുറിച്ച് വിശദമായി പ്രതിപാദിക്കുന്ന ലേഖനപരമ്പര.

EOS 5D Mark III

Basic Shooting

മോഡ് ഡയൽ സ്വിച്ച് scene intelligent auto മോഡിൽ സെലക്ട് ചെയ്ത് അനായാസമായി ചിത്രങ്ങൾ ക്യാപ്ചർ ചെയ്യാം. ഈ മോഡിൽ ക്യാപ്ചർ ചെയ്യാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്നതെന്തിനും ക്യാമറ ഓട്ടോമാറ്റിക്കായി തയാറാകുന്നു. പ്രധാനപ്പെട്ട ഷൂട്ടിംഗ് സെറ്റിംഗുകൾ മാറ്റാൻ സാധിക്കാത്തതിനാൽ തെറ്റായ ഉപയോഗം കൊണ്ട് സീനുകൾ നഷ്ടപ്പെടാതെ സഹായിക്കുന്നു.

About the Atuo Lighting Optimizer

Scene intelligent Auto മോഡിൽ ഓട്ടോ ലൈറ്റിംഗ് ഒപ്റ്റിമൈസർ ഏറ്റവും അനുയോജ്യമായ ബ്രൈറ്റ്നസും കോൺട്രാസ്റ്റും ഇമേജിന് നൽകുന്നു. P/Tv/Av/B എന്നീ മോഡുകളിൽ ഇത് എനേബിൾ ചെയ്തിട്ടുണ്ട്.

Fully Automatic Shooting

(scence Intelligent Auto)

Scence INtelligent Auto ഒരു ഫുള്ളി ഓട്ടോമാറ്റിക് മോഡാണ്. ക്യാമറ സീൻ അനലൈസ് ചെയ്ത് മികച്ച സെറ്റിംഗുകൾ സ്വയം ക്രമീകരിക്കുന്നു. സബ്ജക്ട് സ്റ്റിൽ ആണോ മൂവിംഗ് ആണോ എന്ന് തിരിച്ചറിഞ്ഞ് സ്വയം ഫോക്കസ് അഡ്ജസ്റ്റ് ചെയ്യുന്നു.

1. മോഡ് ഡയൽ സ്വിച്ച് തിരിച്ച് ഫുള്ളി ഓട്ടോമാറ്റിക്ക് മോഡിൽ സെറ്റു ചെയ്യുക.

2. ക്യാപ്ചർ ചെയ്യേണ്ട സബ്ജക്ടിനെ Area AF ഫ്രെയിമിൽ കൊണ്ടുവരിക. എല്ലാ ഫോക്കസ് പോയിന്റുകളും ഫോക്കസിംഗിനായി ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഏറ്റവും അടുത്തുള്ള സബ്ജക്ട് ഫോക്കസാകുന്നു. മദ്ധ്യത്തിലുള്ള Area AF ഫ്രെയിം ഉപയോഗിച്ച് ഫോക്കസ് ചെയ്യുന്നത് ഫോക്കസിംഗ് കൂടുതൽ എളുപ്പമാക്കും.

3. സബ്ജക്ടിനെ ഫോക്കസ് ചെയ്യുക: ഷട്ടർ റിലീസ് ബട്ടൺ പകുതി പ്രസ് ചെയ്ത് ഫോക്കസ് ചെയ്യുക. ഫോക്കസ് പൂർത്തിയാകുമ്പോൾ ബീപ് സൗണ്ട് കേൾക്കുകയും ഫോക്കസ് കൺഫർമേഷൻ ഇൻഡിക്കേറ്റർ വ്യൂഫൈൻഡറിൽ തെളിയുകയും ചെയ്യുന്നു.

4. ചിത്രം ഷൂട്ട് ചെയ്യുക. ചിത്രമെടുക്കുന്നതിന് ഷട്ടർ ബട്ടൺ പൂർണമായി പ്രസ് ചെയ്യുക.

Full Auto Techniques (Scene Intelligent Auto) Recomposing the Shoot

സീനിന്റെ പ്രത്യേകതകൾക്കനുസരിച്ച് ഒബ്ജറ്റിനെ ഇടതോ വലതോ പൊസിഷൻ ചെയ്ത് ഒരു ബാലൻസ്ഡ് ബാക്ഗ്രൗണ്ട് നൽകുന്നതുകൊണ്ട് കാണാൻ നല്ല ഭംഗിയുണ്ടാകും.

Scene Intelligent Auto മോഡിൽ ഷട്ടർ ബട്ടൺ പകുതി അമർത്തി ഒരു സ്റ്റിൽ ഒബ്ജറ്റിനെ ഫോക്കസ് ചെയ്തശേഷം ഫോക്കസ് ലോക്ക് ആകുന്നു. അതിനുശേഷം ഷോട്ട് റീകമ്പോസ് ചെയ്തു ഷട്ടർ ബട്ടൺ മുഴുവനായി പ്രസ് ചെയ്ത് ചിത്രം ക്യാപ്ചർ ചെയ്യുന്നു.

Shooting a Moving Subject

Scene Intelligent Auto മോഡിൽ ക്യാപ്ചർ ചെയ്യേണ്ട സബ്ജക്ട് ഫോക്കസ് ചെയ്യുമ്പോഴോ ഫോക്കസ്

ചെയ്തതിനു ശേഷമോ ചലിപ്പിക്കുകയാണെങ്കിൽ (ക്യാമറയും സബ്ജക്ററുമായുള്ള ദൂരം വ്യത്യാസപ്പെടുകയാണെങ്കിൽ) AI servo AF തുടർച്ചയായി ഫോക്കസ് ചെയ്യുന്നു.

Live View Shooting

ലൈവ് വ്യൂ മോഡിൽ ക്യാമറയുടെ LCD മോനിട്ടറിൽ കൂടി ദൃശ്യങ്ങൾ കണ്ടുകൊണ്ട് ഷൂട്ട് ചെയ്യാൻ കഴിയും. ലൈവ് വ്യൂ ഷൂട്ടിംഗ്/ മൂവി ഷൂട്ടിംഗ് ബട്ടൺ സെറ്റു ചെയ്ത ശേഷം സ്റ്റാർട്ട്/ സ്റ്റോപ് ബട്ടൺ പ്രസ് ചെയ്യുമ്പോൾ ലൈവ് വ്യൂ ഇമേജ് മോനിട്ടിറിൽ ദൃശ്യമാകുന്നു. സെന്റർ AF പോയിന്റ് സബ്ജക്റ്റിനെ എയിം ചെയ്ത് ഷട്ടർ ബട്ടൺ പകുതി പ്രസ് ചെയത് ഫോക്കസ് ചെയ്യുക. ഫോക്കസിംഗ് പൂർത്തിയാകുമ്പോൾ AF പോയിന്റ് പച്ച നിറത്തിലാകുകയും ബീപ് സൗണ്ട് കേൾക്കുകയും ചെയ്യും.

ഷട്ടർ ബട്ടൺ പൂർണ്ണമായും പ്രസ് ചെയ്യുമ്പോൾ ഇമേജ് ക്യാപ്ചർ ചെയ്യുകയും ആ ഇമേജ് മോനിട്ടറിൽ ദൃശ്യമാകുകയും ചെയ്യും. ഇമേജ് റിവ്യൂ അവസാനിക്കുമ്പോൾ ക്യാമറ ഓട്ടോമാറ്റിക്കായി ലൈവ് വ്യൂ ഷൂട്ടിംഗ് മോഡിലേക്ക് തിരിച്ചു വരുന്നു. ലൈവ് വ്യൂ ഷൂട്ടിംഗ് അവസാനിപ്പിക്കുന്നതിനായി വീണ്ടും സ്റ്റാർട്ട് / സ്റ്റോപ് ബട്ടൺ പ്രസ് ചെയ്യണം.

Setting the AF and Drive Modes

വ്യത്യസ്തമായ സബ്ജക്റ്റുകളും സീനുകളും ഷൂട്ട് ചെയ്യുന്നതിന് അനുയോജ്യമായ വിധത്തിൽ ക്യാമറയുടെ വ്യൂ ഫൈൻഡറിൽ 61AF പോയിന്റുകൾ സെറ്റു ചെയ്തിരിക്കുന്നു.

AF:Selecting the AF Mode

ഷൂട്ടിംഗ് കണ്ടീഷനും സബ്ജക്റ്റിനും അനുസരിച്ച് AF മോഡ് മാറ്റാവുന്നതാണ്. Scene Intelligent Auto മോഡിൽ AL ഫോക്കസ് AF മോഡ് ഓട്ടോമാറ്റിക്കായി സെറ്റാകുന്നു.

1. ലെൻസിലുള്ള ഫോക്കസ് മോഡ് സ്വിച്ച് AF ൽ സെറ്റു ചെയ്യുക

2. AF Drive ബട്ടൺ പ്രസ് ചെയ്യുക.

3. LCD പാനലിൽ കൂടി കാണുന്നതിന് മെയിൻ ഡയൽ തിരിച്ച് one shot- one shot AF, AL Focus-FL Focus AF, AL Servo-AL Servo AF എന്നിവയിലേതിലെങ്കിലും സെറ്റു ചെയ്യുക.

One - Shot AF for still subjects

ഷട്ടർ ബട്ടൺ പകുതി പ്രസ് ചെയ്യുമ്പോൾ ക്യാമറ ഒരു പ്രാവശ്യം മാത്രം ഫോക്കസ് ചെയ്യുന്നു. ഫോക്കസ് ആയതിനുശേഷം AF പോയിന്റും ഫോക്കസ് കൺഫർമേഷൻ ലൈറ്റും വ്യൂഫൈൻഡറിൽ തെളിയുന്നു. അതേ സമയം എക്സ്പോഷർ സെറ്റിംഗും പൂർത്തിയാകുന്നു. ഷട്ടർ ബട്ടൺ പകുതിയായി ഹോൾഡ് ചെയ്തിരുന്നാൽ ഫോക്കസ് ലോക്ക് ചെയ്യപ്പെടുകയും ഷോട്ട് റീകമ്പോസ് ചെയ്യാനും സാധിക്കുന്നു.

AI Servo AF for Moving Subjects

ഈ AF മോഡിൽ ഫോക്കസിംഗ് ഡിസ്റ്റൻസ് വ്യത്യാസപ്പെടുത്തി ചലിക്കുന്ന വസ്തുക്കളെ ഫോക്കസ് ചെയ്യുന്നു. ഷട്ടർ ബട്ടൺ പകുതി പ്രസ് ചെയ്ത് ഹോൾഡ് ചെയ്യുമ്പോൾ ചലിക്കുന്ന വസ്തുക്കളെ തുടർച്ചയായി ഫോക്കസ് ചെയ്യുന്നു.

ചിത്രം ക്യാപ്ചർ ചെയ്യുന്ന സമയത്ത് എക്സ്പോഷർ സ്വയം സെറ്റാകുന്നു. AF ഏരിയാ സെലക്ഷൻ മോഡ് 61 പോയിന്റ് ഓട്ടോഫോക്കസ് സെലക്ഷനിൽ സെറ്റു ചെയ്യുമ്പോൾ ക്യാമറ മാനുവലായി സെലക്ട് ചെയ്ത AF പോയിന്റ് ഫോക്കസ് ചെയ്യാൻ ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഓട്ടോ ഫോക്കസിംഗ് നടക്കുമ്പോൾ സബ്ജക്റ്റ് മാനുവലായി സെലക്ട് ചെയ്ത AF പോയിന്റിൽ നിന്നും മാറിയിട്ടുങ്കിൽ AF ഫ്രെയിമിലെത്തുന്നതുവരെ ഫോക്കസ് ട്രാക്കിംഗ് തുടരുന്നു.

AI Focus AF for Automatic Switching of AF Mode

ഒരു സ്റ്റിൽ സബ്ജക്ട് ചലിച്ചു തുടങ്ങുമ്പോൾ AI FocusAF വൺ ഷോട്ട് AF മോഡിൽ നിന്ന് AI Servo AF മോഡിലേക്ക് സ്വയം മാറി AF സ്വിച്ച് ചെയ്യുന്നു. വൺ ഷോട്ട് AF മോഡിൽ ഫോക്കസായതിനു ശേഷം സബ്ജക്ട് ചലിച്ചു തുടങ്ങുകയാണെങ്കിൽ ക്യാമറ സബ്ജക്റ്റിന്റെ ചലനം തിരിച്ചറിയുകയും AF മോഡ് AI Servo AF മോഡിലേക്ക് ഉടനടി മാറ്റുകയും ചെയ്യുന്നു.

Seleting the AF Area

AF ഫോക്കസിംഗിന് 61AF പോയിന്റുകൾ നൽകിയിട്ടുണ്ട്. യോജിച്ച AF പോയിന്റുകൾ സീനിനോ സബ്ജക്റ്റിനെ അനുസരിച്ച് തെരഞ്ഞെടുക്കാൻ സാധിക്കും. ക്യാമറയിൽ അറ്റാച്ച് ചെയ്തിരിക്കുന്ന ലെൻസിന് അനുസരിച്ച് AF പോയിന്റിന്റെയോ AF പാറ്റേണിന്റെയോ എണ്ണത്തിന് വ്യത്യാസമുണ്ടാകും.

AF Area Selection Mode

ആറു മോഡുകളിലായി AF ഏരിയ സെലക്ഷൻ തെരഞ്ഞെടുക്കാം.

Single - point Spot AF (Manual Selection)

പിൻപോയിന്റ് ഫോക്കസിംഗിനുപയോഗിക്കുന്നു.

Single - Point AF (Manual Selection)

ഒരു AF പോയിന്റ് സെലക്ട് ചെയ്ത് ഫോക്കസ് ചെയ്യുന്നു.

AF point expansion (Manual selection)

മാനുവലായി സെലക്ട് ചെയ്ത ഒരു AF പോയിന്റിനൊപ്പം ചുറ്റിനുമുള്ള മറ്റ് നാല് AF പോയിന്റുകളുമുപയോഗിച്ച് ഫോക്കസ് ചെയ്യുന്നു.

AF point expansion (Manual selection, surrounding points)

മാനുവലായി സെലക്ട് ചെയ്ത ഒരു AF പോയിന്റനൊപ്പം ചുറ്റിനുമുള്ള AF പോയിന്റുകളും ഫോക്കസിംഗിനുപയോഗിക്കുന്നു.

Zone AF (Manual Selection of Zone)

61AF പോയിന്റുകൾ 9 വീതമുള്ള സോണുകളായി വിഭജിച്ച് ഫോക്കസിംഗിനുപയോഗിക്കുന്നു.

61 Point automatic selection AF

61AF പോയിന്റുകളും ഫോക്കസിംഗിനുപയോഗിക്കുന്നു. ഈ മോഡ് scene Intelligent Auto മോഡിൽ ഓട്ടോമാറ്റിക്കായി സെറ്റ് ചെയ്തിരിക്കുന്നു.

Select the AF Area Selection Mode

AF പോയിന്റ് സെലക്ഷൻ ബട്ടൺ പ്രസ് ചെയ്യുക. വ്യൂഫൈൻഡറിൽ കൂടി നോക്കിക്കൊണ്ട് മൾട്ടി ഫംഗ്ഷൻ ബട്ടൺ പ്രസ് ചെയ്യണം. മൾട്ടി ഫംഗ്ഷൻ ബട്ടൻ പ്രസ് ചെയ്ത് AF ഏരിയാ സെലക്ഷൻ മോഡ് സ്വിച്ച് ചെയ്യുക. ●

(ക്യാമറയുടെ മോഡൽ മാറുന്നതിന് അനുസരിച്ച് Functions ൽ വ്യത്യാസം ഉണ്ടാകാവുന്നതാണ്.)



എബി കെ. ജോർജ്ജ്
ക്യാമറ സ്കാൻ, കോട്ടയം



ദിനപത്രങ്ങളിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച ശ്രദ്ധേയമായ എഡിറ്റോറിയലുകളുടെ സംഗ്രഹം.

തേജസ് ജൂൺ 03, 2017

സാമ്പത്തിക രംഗത്ത് തിരിച്ചടി

കേന്ദ്ര സ്റ്റാറ്റിസ്റ്റിക്സ് വകുപ്പ് പുറത്തു വിട്ട കണക്കുകൾ കേന്ദ്ര സർക്കാരിന്റെ സാമ്പത്തിക നയങ്ങൾ രാജ്യത്തെ സമ്പദ് വ്യവസ്ഥയ്ക്ക് തിരിച്ചടിയായെന്നു തെളിയിക്കുന്നു. ഏറെ വിവാദമായ നോട്ടു നിരോധനം ആറു മാസം പിന്നിട്ടിട്ടും അതിന്റെ പ്രത്യാഘാതങ്ങൾ ഇന്ത്യയെ വിടാതെ പിന്തുടരുകയാണ്. 2016–17 സാമ്പത്തിക വർഷത്തിന്റെ അവസാനപാദമായ 2017 ജനുവരി- മാർച്ച് കാലയളവിൽ മൊത്ത ആഭ്യന്തര ഉൽപാദന (ജിഡിപി) വളർച്ചാ നിരക്ക് 6.1 ശതമാനമായാണ് രേഖപ്പെടുത്തിയത്.
കഴിഞ്ഞ രണ്ടു വർഷത്തിനിടയിൽ എറ്റവും കുറവാണിത്. ഇതോടെ ലോകത്തെ ഏറ്റവും വേഗത്തിൽ വളരുന്ന സമ്പദ്ഘടനയെന്ന ബഹുമതി ഇന്ത്യയിൽ നിന്നും ചൈന തിരിച്ചു പിടിച്ചു. നോട്ട് അസാധുവാക്കലിനു മുമ്പുള്ള രണ്ടാം പാദത്തിൽ 7.5 ശതമാനം വളർച്ചയാണ് ഇന്ത്യ നേടിയത്. മൂന്നാം പാദത്തിൽ 7 ശതമാനമായിരുന്നു. കഴിഞ്ഞ സാമ്പത്തിക വർഷം മൊത്തം ജിഡിപി വളർച്ച 7.1 ശതമാനമാണ്. 2015–16 ൽ ഇത് 8 ശതമാനമായിരുന്നു. നിർമ്മാണ-വ്യാപരമേഖലയിലുണ്ടായ പിന്നോട്ടുപോക്കാണ് വളർച്ചാ നിരക്ക് കുത്തനെ കുറയാൻ കാരണം.

മാതൃഭൂമി ജൂൺ12, 2017

വിവരാവകാശനിയമത്തെ തോല്പിക്കാൻ ശ്രമിക്കരുത്

ഭരണസംവിധാനം ഒളിച്ചുവെയ്ക്കുന്ന വാസ്തവങ്ങൾ അറിയാനും പുറത്തു കൊണ്ടുവന്ന് പൊതു സംവാദങ്ങൾക്ക് വിധേയമാക്കാനും ജനങ്ങൾക്കു ലഭിച്ച ആയുധമാണ് വിവരാവകാശനിയമം. ഭരിക്കപ്പെടുന്നവർക്ക് ഭരിക്കുന്നവരെയും ഭരണത്തെയും സമീപിക്കാനുള്ള തടസ്സങ്ങൾ നീക്കാൻ സഹായിക്കുന്ന വിവരാവകാശ നിയമം നിലവിൽ വന്നിട്ട് ഒരു വ്യാഴവട്ടമാകുമ്പോഴും ജനങ്ങൾക്കു വിവരങ്ങൾ നൽകുന്നത് തടസ്സപ്പെടുത്തുവാനുള്ള ശ്രമങ്ങൾ തുടർന്നു കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. നിയമത്തെക്കുറിച്ച് സമഗ്രമായ ധാരണയില്ലായ്മയും ദുർവ്യാഖ്യാനവും വിവരം മറച്ചു വയ്ക്കാനുള്ള ദുർവാസനയുമാണ് ഇതിനു പിന്നിൽ. കൈവശമുള്ള വിവരങ്ങൾ മാത്രം വിവരാധികാരി അപേക്ഷകനു നൽകിയാൽ മതിയെന്ന് സംസ്ഥാന വിവരാവകാശ കമ്മീഷൻ നൽകിയിരിക്കുന്ന നിർദ്ദേശവും ഇതിന്റെ ഭാഗമാണ്. ആവശ്യപ്പെട്ട വിവരങ്ങളിൽ ചിലത് അപേക്ഷ നൽകിയ കാര്യാലയത്തിൽ ലഭ്യമല്ലെങ്കിൽ അവ ഉള്ള കാര്യാലയങ്ങളിലേക്ക് ചോദ്യഭാഗങ്ങൾ അയച്ചുകൊടുത്ത് ആ വിവരം അപേക്ഷകനെ അറിയിക്കുന്ന സമ്പ്രദായം ഇതോടെ നിലയ്ക്കും. ഓരോ വിവരത്തിനും അതുള്ള കാര്യാലയത്തെ സമീപിക്കണമെന്നാണ് കമ്മീഷൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്.
അപ്രായോഗികമായ കാര്യങ്ങൾ ആവശ്യപ്പെടുമ്പോൾ സ്വയം സംരക്ഷിക്കാനുള്ള സുരക്ഷാകവചങ്ങൾ കൂടി നിർമ്മിച്ചു രൂപപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ളതാണ് നമ്മുടെ വിവാരവകാശ നിയമം. അപേക്ഷകൻ ആവശ്യപ്പെടുന്ന രീതിയിൽത്തന്നെ പകർപ്പായോ മാതൃകയായോ വിവരം നൽകണമെന്നാണ് നിയമം അനുശാസിക്കുന്നതെങ്കിലും ഒരു പൊതു അധികാരസ്ഥാപനത്തിന്റെ പ്രവർത്തനം തടസ്സപ്പെടുത്തുമെങ്കിൽ ആ രീതിയിൽ വിവരം നൽകേണ്ടതില്ലെന്നും വ്യവസ്ഥയുണ്ട്. പകരം നേരിട്ടു പരിശോധിച്ചുകൊള്ളാൻ അപേക്ഷകനോട് ആവശ്യപ്പെട്ടാൽ മതി. ഇത്തരം വ്യവസ്ഥകളുണ്ടായിട്ടും വിവരം നൽകാതിരിക്കാൻ ഒഴികഴിവുകൾ നോക്കുന്നത് വിവരാവകാശ നിയമത്തിന്റെ സത്ത ചോർത്തിക്കളയും. മുട്ടാപ്പോക്കു ന്യായങ്ങൾ പറഞ്ഞും അയുക്തികമായ വ്യാഖ്യാനങ്ങൾ ചമച്ചും വ്യവസ്ഥകളിൽ വേണ്ടത്ര അവഗാഹം നേടാതെയും വിവരങ്ങൾ നൽകുന്നത് തടയാൻ പാടില്ല. മഹത്തായ ഒരു നിയമത്തിന്റെ കടയ്ക്കുവെട്ടുന്നത് ജനാധിപത്യത്തോട് കാണിക്കുന്ന നെറികേടാവും.

ദേശാഭിമാനി ജൂൺ 14, 2017

മാതൃകയായ അനുയാത്ര

മനുഷ്യന്റെ ഭിന്നശേഷി എന്ന അവസ്ഥയെ വൈദ്യശാസ്ത്രപരമായ കാഴ്ചപ്പാടുകളിൽ കുരുക്കിയിടാതെ സാമൂഹിക തലത്തിലേക്കും അതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള നിർവചനങ്ങളിലേക്കും കൊണ്ടുവന്നത് സമീപകാലത്താണ്. ശാരീരികമോ മാനസികമോ ബുദ്ധിപരമോ സംവേദനപരമോ ആയ ബലഹീനതകളല്ല, അത്തരം ബലഹീനതകൾ സൃഷ്ടിക്കുന്ന തടസ്സങ്ങൾ മൂലം പൂർണ്ണവും ഗുണപരവുമായ സാമൂഹ്യ ഇടപെടലുകൾ നടത്താൻ കഴിയാത്ത അവസ്ഥയാണ് 'ഭിന്നശേഷി'. ബോധപൂർവമായ ഇടപെടലിലൂടെ അത്തരം തടസ്സങ്ങൾ ഒഴിവാക്കപ്പെടുമ്പോഴാണ് ഭിന്നശേഷിയുള്ളവരോടുള്ള സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം നിറവേറ്റപ്പെടുന്നത്. ഭിന്നശേഷിയുള്ളവർ അഥവാ അംഗപരിമിതർ തുടർച്ചയായതും ബോധപൂർവവുമായ സാമൂഹികശ്രദ്ധ അർഹിക്കുന്നു. അവരുമായി അനുയാത്ര ചെയ്യേണ്ട സമൂഹവും ഭരണാധികാരികളും അതിന് തയ്യാറാകാതിരിക്കുമ്പോഴാണ് കണ്ണു കാണാത്തവരും കാതു കേൾക്കാത്തവരും ചലനശേഷി നഷ്ടപ്പെട്ടവരുമെല്ലാം ഒറ്റപ്പെടുകയും നിസ്സഹായാവസ്ഥയിൽ എത്തുകയും ചെയ്യുന്നത്. കേരളത്തെ അംഗപരിമിത സൗഹൃദ സംസ്ഥാനമാക്കി മാറ്റിയെടുക്കുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ സർക്കാർ നടപ്പാക്കുന്നതാണ് 'അനുയാത്ര' പദ്ധതി. പുരധിവാസകേന്ദ്രങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നതും വ്യക്തിഗത സഹായങ്ങൾ നൽകുന്നതുകൊണ്ടുമാത്രം ഭിന്നശേഷിക്കാരോടുള്ള കടമ പൂർത്തീകരിക്കാനാകില്ല.

മലയാളമനോരമ ജൂൺ 15, 2017

സുരക്ഷയ്ക്ക് ഇ-വഴി

സൈബർ സുരക്ഷയുമായി ബന്ധപ്പെട്ടു വലിയ ആശങ്ക കേരളത്തിൽ ഇരുൾവല തീർക്കുകയാണിപ്പോൾ. നമ്മുടെ കുട്ടികളുടെ കാര്യത്തിൽ ഈ ആശങ്കക്കു ഗൗരവമേറുന്നു. വേണ്ടത്ര സുരക്ഷയില്ലാതെ അവർ ഇന്റർനെറ്റ് ലോകത്തു വിഹരിക്കുമ്പോൾ രക്ഷിതാക്കളുടെയും പൊതുസമൂഹത്തിന്റെ തന്നെയും നെഞ്ചിടിപ്പാണു ക്രമാതീതമായി കൂടുന്നത്. കേരളത്തിൽ ദിനംപ്രതി പെരുകുന്ന സൈബർ കേസുകളിൽ 40 ശതമാനത്തോളം കുട്ടികളുമായി ബന്ധപ്പെട്ടാണെന്നാണു പോലീസിന്റെ വിലയിരുത്തൽ സൈബർ സുരക്ഷയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട അറിവില്ലായ്മയാണു കുട്ടികൾ ഇരകളാകാനുള്ള പ്രധാന കാരണം. അവർക്കു വഴികാട്ടികളാകേണ്ട രക്ഷിതാക്കളും അദ്ധ്യാപകരുമാകട്ടെ വ്യക്തമായ ധാരണയില്ലാതെ ഇരുട്ടിൽ തപ്പുകയുമാണ്. പോലീസ് ഉൾപ്പെടെയുള്ള നിയമപാലകർക്കും കൃത്യമായ ഇടപെടലുകൾ നടത്താനാകുന്നില്ല. കുട്ടികളെ ഇന്റർനെറ്റിൽനിന്നു വിലക്കുകയല്ല മറിച്ച് സുരക്ഷിതമായ ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിപ്പിക്കാൻ പഠിപ്പിക്കുകയാണ് വേണ്ടത്. അതിനായി അവരെ ഒരുക്കേണ്ടതു മാതാപിതാക്കളും അദ്ധ്യാപകരുമാണ്. ഇതിനു പാഠ്യപദ്ധതിക്കൊപ്പം നിയമപാലകരുടെ ക്രിയാത്മകമായ ഇടപെടലുകളും അത്യാവശ്യമാണ്. ഇത്തരം ചതിക്കുഴികളിൽ പെടുന്ന കുട്ടികളെ സംരക്ഷിക്കാനുള്ള സംവിധാനങ്ങളിലും പരിഷ്കരണം ഉണ്ടാകേണ്ടതുണ്ട് എന്നും എഡിറ്റോറിയൽ.

കേരളകൗമുദി ജൂൺ 15, 2017

തെറ്റു തിരുത്തി കേരള സർവകലാശാല

പ്രത്യാഘാതങ്ങളെക്കുറിച്ച് അശേഷം ആലോചിക്കാതെ വ്യക്തികൾക്കു എന്തു തീരുമാനവുമെടുക്കാം. അതിന്റെ ഗുണദോഷങ്ങൾ അനുഭവിക്കേണ്ടിവരുന്നത് ആ വ്യക്തി മാത്രമായിരിക്കും. എന്നാൽ അധികാരകേന്ദ്രങ്ങൾ എന്തു തീരുമാനമെടുക്കുന്നതിനു മുൻപും പലവട്ടം ആലോചിക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഭരണകൂടങ്ങൾ വീണ്ടുവിചാരമില്ലാതെ എടുക്കുന്ന പല തീരുമാനങ്ങൾക്കും എതിരെ സമൂഹം പ്രക്ഷോഭമാർഗത്തിലേക്കു തിരിയാൻ നിർബന്ധിതരാകുന്നു. സമീപകാലത്ത് കേരള സർവകലാശാല ഉപരിപഠനത്തിന് പ്രൈവറ്റ് രജിസ്ട്രേഷൻ നിർത്തലാക്കിയത് ഈ ഗണത്തിൽ പെടുത്താവുന്നതാണ്. സർവകലാശാലയ്ക്കോ സർക്കാരിനോ ഒരു വിധ ബാദ്ധ്യതയുമില്ലാതെ നടന്നുവന്ന പ്രൈവറ്റ് രജിസ്ട്രേഷൻ പഠനസമ്പ്രദായം അവസാനിപ്പിക്കാൻ സിൻഡിക്കേറ്റ് കൈക്കൊണ്ട തീരുമാനം ആയിരക്കണക്കിന് വിദ്യാർത്ഥികളുടെ ഭാവിയെ ബാധിക്കുന്നതായിരുന്നു.

ഉയർന്ന മാർക്ക് നേടിയവരിൽത്തന്നെ വലിയൊരു വിഭാഗത്തിന് കോളേജുകളിൽ പ്രവേശനം ലഭിക്കാത്ത അവസ്ഥയാണ് ഇന്നുള്ളത്. സാഹചര്യം ഇതായിരിക്കെ പ്രൈവറ്റ് രജിസ്ട്രേഷൻ സൗകര്യം കൂടി നിഷേധിച്ചാലുണ്ടാകാവുന്ന ദുസ്ഥിതി വലിയ സാമൂഹ്യപ്രശ്നം തന്നെയാണ്. സർവകലാശാല മറന്നതും കുട്ടികൾ പ്രതിഷേധിച്ചപ്പോൾ വിവേകമുദിച്ച് തീരുമാനം മാറ്റിയതും അതുകൊണ്ടാണ്. പഠനം മുടക്കാനല്ല പഠന സൗകര്യങ്ങൾ വിപുലപ്പെടുത്തുകയെന്നതാകണം സർവകലാശാലകളുടെ ദൗത്യം.

ദീപിക ജൂൺ19, 2017

വളരട്ടെ വായന, തുറക്കട്ടെ മനം

ജൂൺ 19 വായനാദിനം. കേരളത്തിൽ അങ്ങോളമിങ്ങോളം വായനശാലകളിലൂടെ മലയാളികളുടെ വായനാശീലത്തെ വളർത്തിയ പി.എൻ. പണിക്കരുടെ ചരമദിനം വായനയുടെ ദിവസമായി ആചരിക്കുമ്പോൾ പുതിയ തലമുറയെ എപ്രകാരം വായനയിലേക്കു നയിക്കാമെന്നു ചിന്തിക്കുന്നതു നന്നായിരിക്കും. പി. എൻ. പണിക്കരുടെ കാലത്തേതിൽ നിന്നു വ്യത്യസ്തമായൊരു സംസ്കാരമാണ് ഇന്നു വളർന്നു വരുന്നത്. പത്രം, പുസ്തകങ്ങൾ എന്നിവയുടെ പ്രചാരം കുറഞ്ഞിട്ടില്ലെന്നു കണക്കുകൾ വ്യക്തമാക്കുന്നുവെങ്കിലും വായനയുടെ ജനകീയത കുറഞ്ഞിരിക്കുന്നുവെന്നതാണു വസ്തുത. പൊതുവായ വിഷയങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള വായനയും അറിവും പുതിയ തലമുറയിൽ കുറഞ്ഞു വരുന്നു. അതിനു പ്രധാന കാരണമായി ചൂണ്ടിക്കാണിക്കപ്പെടുന്നതു ദൃശ്യമാധ്യമങ്ങളുടെയും നവമാധ്യമങ്ങളുടെയും സ്വാധീനമാണ്. ടെലിവിഷൻ ചാനലുകളിലാകട്ടെ പുതിയ തലമുറയെ ആകർഷിക്കുന്നതു വാർത്താധിഷ്ഠിതവും വൈജ്ഞാനികവുമായ പരിപാടകളെക്കാളേറെ വിനോദ പരിപാടികളാണ്. സാംസ്കാരികവും സാഹിത്യസംബന്ധിയുമായ പല പരിപാടികളും, പ്രത്യേകിച്ച് ഗൗരവമുള്ളവ, ചെറുപ്പക്കാർ വേണ്ടത്ര ശ്രദ്ധിക്കുന്നില്ല. എന്നാൽ തട്ടുപൊളിപ്പൻ വിനോദ പരിപാടികൾ അവരെ ആകർഷിക്കുന്നു. അറിവ് ആരോഗ്യകരമായിരിക്കണം. തെറ്റായ അറിവുകൾ ആരെയും വഴിതെറ്റിക്കാം. പത്രങ്ങളിലായാലും പുസ്തകങ്ങളിലായാലും അച്ചടിച്ചു വരുന്നവയുടെ കാര്യത്തിൽ പത്രാധിപർക്കും പ്രസാധകനും എഴുത്തുകാർക്കും ചില ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളുണ്ട്. എന്നാൽ നവമാധ്യമങ്ങളിൽ പ്രസിദ്ധീകരിക്കപ്പെടുന്നവയുടെ കാര്യത്തിൽ ആർക്കും യാതൊരു ഉത്തരവാദിത്വവുമില്ല. നല്ല വായന മനസിനെ വിശാലമാക്കും ലോകത്തിലേക്കും അതു പുതിയ വീക്ഷണങ്ങൾ സാധ്യമാക്കും. ഇടുങ്ങിയ ലോകത്തുനിന്നു നമ്മെ വലിയ ലോകത്തേക്കു കൊണ്ടുപോകുന്നതു യഥാർത്ഥിൽ നല്ല പുസ്തകങ്ങളാണ്.



നിയമ ബോധനം

ദൈനംദിന ജീവിതത്തിൽ ഏവരും അവശ്യം അറിഞ്ഞിരിക്കേണ്ട ചില നിയമങ്ങളെ പ്രതിപാദിക്കുന്ന ഒരു പംക്തിയാണ് നിയമ ബോധനം. എന്താണ് നിയമം, ആർക്കാണ് അത് ആവശ്യമായി വരുന്നത്, എങ്ങനെയാണ് നിയമം പാലിക്കപ്പെടേണ്ടത് തുടങ്ങി നിരവധി മാനങ്ങളിലൂടെ നിയമത്തിന്റെ സാദ്ധ്യതകളെ പ്രശസ്ത അഡ്വക്കേറ്റ് സിന്ധു ഗോപാലകൃഷ്ണൻ പരിചയപ്പെടുത്തുന്നു.

കുടുംബ കോടതി പരിഗണിക്കുന്ന കേസുകൾ

ഓരോ ജില്ലയും ആസ്ഥാനമാക്കി കുടുംബ കോടതികൾ സ്ഥാപിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഭാര്യയും ഭർത്താവും തമ്മിലുള്ള വിവാഹബന്ധത്തെ സംബന്ധിച്ചും കൂടാതെ അവർ തമ്മിലുള്ള സകല സിവിൽ തർക്കങ്ങളും കുടുംബകോടതിയുടെ അധികാരപരിധിക്കുള്ളിൽ വരും.

ഓരോരുത്തരുടെയും വ്യക്തിനിയമം അനുസരിച്ച് വിവാഹമോചനം നേടുന്നതിന് നിയമം അനുശാസിച്ചിട്ടുള്ള കാരണങ്ങൾ ജീവിതത്തിൽ ഉണ്ടാകുവാൻ ഇടവന്നാൽ വിവാഹബന്ധം വേർപെടുത്തുന്നതിനായി (Divorce) പങ്കാളിക്ക് കുടുംബകോടതിയെ സമീപിക്കാം. പിരിഞ്ഞ് താമസിച്ചുവരുന്ന ഭാര്യാഭർത്താക്കന്മാരിൽ ഒരാൾക്ക് പങ്കാളിയോടൊപ്പം വിവാഹ ജീവിതം തുടരണം എന്നാഗ്രഹിക്കുകയാണെങ്കിൽ ഭാര്യഭർതൃബന്ധം പുനസ്ഥാപിച്ച് കിട്ടുന്നതിനായി കോടതിയെ സമീപിക്കാം. കൂടാതെ ചതിയോ മറ്റു നിയമം അനുശാസിക്കുന്ന കാരണങ്ങളോ വിവാഹത്തിൽ സംഭവിച്ചാൽ വിവാഹം അസാധുവായി പ്രഖ്യാപിക്കുവാനും കോടതിയെ സമീപിക്കാവുന്നതാണ്. ദമ്പതികൾ തമ്മിൽ അവരുടെ വസ്തുക്കളെ സംബന്ധിച്ചുള്ള തർക്കങ്ങൾ ഭാര്യയ്ക്കോ ഭർത്താവിനോ വാദിപ്രതികളായി നിരോധന ഉത്തരവിനായി കോടതിയെ സമീപിക്കുക, കുട്ടികളുടെ പിതൃത്വത്തെപറ്റിയുള്ള തർക്കങ്ങൾ, ജീവനാംശം ലഭിക്കുന്നതിനായുള്ള ഹർജി,

ഭാര്യയുടെയും ഭർത്താവിന്റെയും പേരിൽ കൂട്ടുടമസ്ഥതയിലുള്ള വസ്തുക്കൾ അവർ വേർപിരിയുന്ന സാഹചര്യം ഉരുത്തിരിഞ്ഞാൽ മേൽപറഞ്ഞ വസ്തു ഭാഗം ചെയ്ത് വേർതിരിച്ച് എടുക്കുന്നതിലേക്ക് ഇരുവരിൽ ആർക്ക് വേണമെങ്കിലും കോടതിയെ സമീപിക്കാവുന്നതാണ്.



രക്ഷാകർതൃത്വം സംബന്ധിച്ച പരാതികൾ ഒരു പുരുഷന് സ്വന്തം ഭാര്യ പ്രസവിച്ച കുട്ടി തന്റേതല്ല എന്ന് പൂർണ്ണ ബോധ്യമുണ്ടെങ്കിൽ ഒരു നെഗറ്റീവ് ഡിക്ലറേഷൻ ആവശ്യപ്പെട്ടും തിരിച്ച് തന്റെ കുട്ടിയുടെ പിതൃത്വം ശരിയായ പിതാവിൽ സ്ഥാപിച്ച് കിട്ടുന്നതിനായും കുടുംബകോടതിയെ സമീപിക്കാം.

ഭാര്യയോ ഭർത്താവോ തന്റെ സ്വന്തം വരുമാനമോ, കുടുംബവിഹിതമോ ഉപയോഗിച്ച് പങ്കാളിയുടെ പേരിൽ വസ്തു വാങ്ങിയശേഷം ബന്ധം വേർപെടുത്തുന്ന സാഹചര്യങ്ങൾ ഉരുത്തിരിയുകയാണെങ്കിൽ ടി വസ്തുവിൽ അവകാശം സ്ഥാപിച്ച് കിട്ടുന്നതിനായി (Declaration of title) കേസ് ഫയൽ ചെയ്യാവുന്നതാണ്. സ്വന്തം വരുമാനം പങ്കാളിയുടെ പേരിൽ ബാങ്കിൽ നിക്ഷേപിക്കുകയും ഭാവിയിൽ പങ്കാളി ടി തുക തിരിച്ചു നൽകാൻ തയ്യാറാവാത്ത സാഹചര്യം ഉരുത്തിരിയുകയാണെങ്കിൽ ടി തുകയിന്മേൽ അവകാശം സ്ഥാപിക്കുവാനും തുക മറ്റാർക്കും കേസിന്റെ തീർപ്പാകുന്നതുവരെ കൈമാറ്റം ചെയ്യാതിരിക്കുവാൻ ഒരു നിരോധനാജ്ഞ (Injuction order) ലഭിക്കുന്നതിനാ

യി പങ്കാളിക്ക് കുടുംബകോടതിയെ സമീപിക്കാവുന്നതാണ്. ഭാര്യയുടെയും ഭർത്താവിന്റെയും പേരിൽ കൂട്ടുടമസ്ഥതയിലുള്ള വസ്തുക്കൾ അവർ വേർപിരിയുന്ന സാഹചര്യം ഉരുത്തിരിഞ്ഞാൽ മേൽപറഞ്ഞ വസ്തു ഭാഗം ചെയ്ത് വേർതിരിച്ച് എടുക്കുന്നതിലേക്ക് ഇരുവരിൽ ആർക്ക് വേണമെങ്കിലും കോടതിയെ സമീപിക്കാവുന്നതാണ്.

കുടുംബ കോടതികൾ നിലവിലുള്ള ജില്ലകളിൽ ഭാര്യാഭർത്താക്കന്മാർ തമ്മിലുള്ള സിവിൽ തർക്കങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുവാൻ മറ്റു കോടതികൾക്ക് അധികാരപരിധി ഇല്ലാത്തതാണ്.

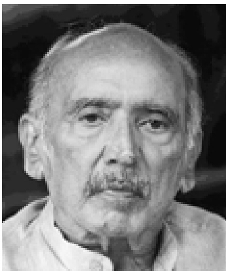
എല്ലായ്പ്പോഴും ഭാര്യയേയും ഭർത്താവിനേയും കൂട്ടി യോജിപ്പിക്കുവാനാണ് ന്യായധിപന്മാർ കൂടുതലും ശ്രമിക്കുക. അതിന്റെ ഭാഗമായാണ് ഇത്തരം കേസ്സുകൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുവാൻ മാത്രമായി നടപടിക്രമങ്ങൾ ലളിതമാക്കികൊണ്ട് കുടുംബക്കോടതികൾ സ്ഥാപിച്ചിട്ടുള്ളത്. കൂടാതെ ഒത്ത് തീർപ്പ് ശ്രമങ്ങൾക്കായി സുപ്രീം കോടതിയിൽ അംഗീകരിക്കപ്പെട്ട മദ്ധ്യസ്ഥരെ കോടതി നിയോഗിക്കുകയും അവരിലൂടെ ഭാര്യാഭർത്താക്കന്മാർ തമ്മിൽ വിവിധ കോടതികളിൽ നിലവിലുള്ള കേസുകൾ എല്ലാം ഒരുമിച്ച് തീർക്കുവാൻ ശ്രമം നടത്തുകയും ചെയ്യും. ഒത്തുതീർപ്പിനായുള്ള സകല ശ്രമങ്ങളും നടത്തിയതിനുശേഷം പരാജയപ്പെട്ടാൽ മാത്രമെ വിചാരണ നടത്തി തെളിവെടുപ്പിനുശേഷം കുടുംബകോടതി തീർപ്പ് കൽപ്പിക്കുകയുള്ളൂ.

കുടുംബകോടതിയിലെ വ്യവഹാരങ്ങൾക്ക് മറ്റ് കോടതികളിലെപ്പോലെ കോർട്ട്ഫീസ് ഒടുക്കേണ്ടതില്ല.ഹർജിയിന്മേൽ പെറ്റീഷൻ ഫീസ് സ്റ്റാമ്പ് മാത്രം പതിച്ചാൽ മതി.



അഡ്വ. സിന്ധു ഗോപാലകൃഷ്ണൻ

Homage



ടി.കെ.ജോൺ (1938-2017)

ഇരുപതാം വയസ്സിൽ വൈക്കം തീയറ്റേഴ്സിന്റെ 'തകർന്ന ഹൃദയം' എന്ന നാടകത്തിലൂടെ ആയിരുന്നു ജോണിന്റെ അരങ്ങേറ്റം. അനായാസമായസംഭാഷണശൈലിയുംരംഗ ചലനങ്ങളുമാണ് ടി.കെ. ജോണിനെ മറ്റു നടന്മാരിൽ നിന്ന് വ്യത്യസ്തനാക്കുന്നത്. രംഗ സജ്ജീകരണം, വേഷവിധാനം, പ്രകാശവിന്യാസം തുടങ്ങിയ പരീക്ഷണങ്ങൾക്ക് ജോൺ തുടക്കം കുറിച്ചു. നാടക നടൻ, സംവിധായകൻ, സംഘാടകൻ എന്നീ നിലകളിലെല്ലാം വിജയിച്ചു. വൈക്കം ചന്ദ്രശേഖരൻ നായരുടെ 'ഡോക്ടർ' എന്ന നാടകം അദ്ദേഹത്തിന്റെ അഭിനയ ജീവിതത്തിലെ വഴിത്തിരിവായി. കേരള സംഗീതനാടക അക്കാദമി ഫെല്ലോഷിപ്പ്, ഗുരുപൂജ പുരസ്കാരം, എസ്.എൽപുരം സദാനന്ദൻ നാടക പുരസ്കാരം തുടങ്ങി നിരവധി അംഗീകാരങ്ങൾ ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്. അൾത്താര, കടൽപ്പാലം, മുത്തുചിപ്പി തുടങ്ങിയ നാടകങ്ങളിലും കന്മദം, മണിയറക്കള്ളൻ, വജ്രം, അരയന്നങ്ങളുടെ വീട് തുടങ്ങിയ സിനിമകളിലും ജോൺ അഭിനയിച്ചു.



കെ.ആർ.മോഹനൻ (1948-2017)

കേരള ചലച്ചിത്ര അക്കാദമി അധ്യക്ഷനായും കേരള ചലച്ചിത്ര വികസന കോർപ്പറേഷൻ മാനേജരായും പ്രവർത്തിച്ചിട്ടുണ്ട്. പൂണെ ഫിലിം ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ടിലെ പഠനത്തിനു ശേഷമാണ് ചലച്ചിത്ര രംഗത്ത് എത്തിയത്. ദീർഘകാലം സംസ്ഥാന ചലച്ചിത്ര വികസന കോർപറേഷൻ ഉദ്യോഗസ്ഥനായിരുന്നു കൂടാതെ കൈരളി ചാനലിന്റെ തുടക്ക കാലത്ത് പ്രോഗ്രാം ഡയറക്ടറുടെ ചുമതലയും വഹിച്ചിരുന്നു. കലാമൂല്യമുള്ള സിനിമയ്ക്കായി വിട്ടുവീഴ്ചയില്ലാതെ നിലകൊണ്ട സംവിധായകനായിരുന്നു കെ.ആർ മോഹനൻ. അദ്ദേഹം സംവിധാനം ചെയ്ത അശ്വത്ഥാമാവ് (1978) മികച്ച സിനിമയ്ക്കുള്ള സംസ്ഥാന അവാർഡ് നേടി. പുരുഷാർത്ഥവും (1987) സ്വരൂപവും (1992) മികച്ച മലയാള സിനിമയ്ക്കുള്ള ദേശീയപുരസ്കാരവും നേടി. ഒട്ടേറെ ഹ്രസ്വചിത്രങ്ങളും ഇരുപത്തഞ്ചോളം ഡോക്യുമെന്ററികളും സംവിധാനം ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. വിശുദ്ധവനങ്ങൾ എന്ന ഹ്രസ്വചിത്രത്തിന് സംസ്ഥാന അവാർഡ് ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്.

ഷോപ്പിംഗ് മാളും കടന്ന്

അന്ന്, അമേരിക്കക്കാർ ഇന്നത്തെപോലെ തടിയന്മാരും മടിയൻമാരുമായിരുന്നില്ല. ഭൂരിഭാഗം പേരും വർക്ക്ഹോളിക്ക് ആയിരുന്നു. രണ്ട് ഇടങ്ങളാണ് അന്ന് ഇവർക്ക് ഉണ്ടായിരുന്നത്. ഒന്ന് വീടും മറ്റൊന്ന് ജോലി സ്ഥലവും, ഈ അദ്ധ്വാനശാലികൾക്ക് ഉല്ലാസത്തിനായി മൂന്നാമതൊരു ഇടം കൂടി വേണം – എന്ന ചിന്തയിൽനിന്നാണ് ഷോപ്പിംഗ് മാൾ എന്ന ആശയത്തിന്റെ ജനനം.

കഴിഞ്ഞ വർഷം 50 ലക്ഷത്തിലേറെ പേർ ലുലുമാൾ സന്ദർശിച്ചതായി ഒരു പരസ്യത്തിൽ പറയുന്നു. മൂന്നു കോടി ജനസംഖ്യയുള്ള ഒരു സംസ്ഥാനത്താണ് ഇത് സംഭവിക്കുന്നത്. നമ്മുടെ ഷോപ്പിംഗ് സങ്കല്പം അടിമുടി മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്.

രണ്ടാം ലോക മഹായുദ്ധത്തിന്റെ സൃഷ്ടിയാണ് ഷോപ്പിംഗ് മാളുകൾ, അക്കാലത്താണ് അമേരിക്കക്കാർ ''വലിയത് മഹത്തരം'' എന്ന് പാടാൻ തുടങ്ങിയത്. നമ്മുടെ ''ചെറുത് സുന്ദരം'' എന്ന സങ്കല്പത്തിന് നേർ വിപരീതം. അവർ എല്ലാം പരമാവധി വലുപ്പത്തിൽ നിർമ്മിച്ചു. വീടും കാറും മാത്രമല്ല, ഷോപ്പിംഗ് മാളുകളും.

യുദ്ധാനന്തരകാലത്ത് അമേരിക്കയിൽ എല്ലാറ്റിനും വില കുറഞ്ഞു. ഭൂമി വാങ്ങാനും കെട്ടിടം നിർമ്മിക്കാനും ചെലവ് വളരെ കുറവായിരുന്നു. കുറഞ്ഞ പണം കൊടുത്താൽ വമ്പൻ കാറുകളുടെ കൂറ്റൻ ടാങ്കിൽ നിറയെ പെട്രോൾ നിറയ്ക്കാമായിരുന്നു. ഇക്കാലത്ത് അവിടത്തെ സംരംഭകർ പട്ടണത്തിനു പുറത്ത് ഏക്കർ കണക്കിന് ഭൂമി വാങ്ങികൂട്ടി അതിൽ ഷോപ്പിംഗ് മാളുകൾ പണിതു.

അന്ന്, അമേരിക്കക്കാർ ഇന്നത്തെപോലെ തടിയന്മാരും മടിയൻമാരുമായിരുന്നില്ല. ഭൂരിഭാഗം പേരും വർക്ക്ഹോളിക്ക് ആയിരുന്നു. രണ്ട് ഇടങ്ങളാണ് അന്ന് ഇവർക്ക് ഉണ്ടായിരുന്നത്. ഒന്ന് വീടും മറ്റൊന്ന് ജോലി സ്ഥലവും, ഈ അദ്ധ്വാനശാലികൾക്ക് ഉല്ലാസത്തിനായി മൂന്നാമതൊരു ഇടം കൂടി വേണം – എന്ന ചിന്തയിൽ നിന്നാണ് ഷോപ്പിംഗ് മാൾ എന്ന ആശയത്തിന്റെ ജനനം. ഷോപ്പിംഗിനും ഉല്ലാസത്തിനും ഒരു ദിവസം മുഴുവൻ ചെലവഴിക്കാൻ സാധിക്കുന്ന രീതിയിലായിരുന്നു മാളുകളുടെ രൂപ കല്പന.

അതുവരെ, ഭാഷയില്ലായിരുന്ന ''മാൾ വാക്കിങ്ങ്'' മദ്ധ്യവയസ്ക്കർക്കും പ്രായമായവർക്കും സൗകര്യപ്രദമായ വ്യായാമമായി. 1960–70 കാലഘട്ടത്തിൽ ഇത്തരം ഇരുന്നൂറോളം മാളുകളാണ് അമേരിക്കയിൽ ഉണ്ടായത്. എഴുപതുകളുടെ അവസാനത്തോടെ ഭൂമിവില കുതിച്ചു കയറാൻ തുടങ്ങിയതോടെ മാളുകളുടെ നിർമ്മാണവും കുറഞ്ഞു. അരിസോണ സ്റ്റോറിന്റെ (Arisona Store), ഫിനിക്സിലെ ''മെട്രോ സെന്ററിറിന് (Metro Centre) 35 ഫുട്ബോൾ ഗ്രൗണ്ടിന്റെ വലിപ്പമുണ്ടത്രെ. 30 റെസ്റ്റോറന്റുകൾ ഇതിനുള്ളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ടായിരുന്നു. ഷോപ്പിംഗ് മാളിന്റെ പ്രവർത്തന ചെലവിന്റെ 24% അതിന്റെ മെയിന്റനൻസിനും റിപ്പയറിംഗിനുമായി ചെലവാകും എന്നാണ് കണക്കാക്കുന്നത്. വലിപ്പം കൂടുന്നതനുസരിച്ച് ചെലവ് കുറയും എന്നാണ് ആദ്യകാലങ്ങളിൽ കണക്കാക്കിയിരുന്നത്. ഇതാണ് വലിയ മാളുകളുടെ നിർമ്മിതിക്ക് അടിസ്ഥാനമായത്. എന്നാൽ കാലം മാറിയതോടെ വലിയ ഷോപ്പിംഗ് മാളുകൾ വലിയ സാദ്ധ്യതകളായാണ് പിന്നീട് ലോകം കണ്ടത്. 1980–90 കാലഘട്ടത്തിൽ 75 മാളുകൾ മാത്രമാണ് അമേരിക്കയിൽ പുതിയതായി നിർമ്മിച്ചത്. പകരം അയ്യായിരം അടിക്കും പതിനായിരം അടിക്കും ഇടയിലുള്ള മിനി മാളുകൾ ധാരാളം ഉണ്ടാകാൻ തുടങ്ങി. പൂട്ടികിടക്കുന്ന പെട്രോൾ പമ്പുകളാണ് ഇങ്ങനെ രൂപ പരിണാമം നടത്തി മാളുകളാക്കിയത്. പ്രധാന തെരുവുകളുടെ അരികത്തായിരുന്നതിനാൽ സഞ്ചാരികളെ ആകർഷിക്കാനും ഇവയ്ക്കായി. സന്ദർശകരെ അല്പം ഭക്ഷണം കഴിക്കാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുന്ന രീതിയിലായിരുന്നു ഇവയുടെ രൂപകല്പന.

ഇന്ന് ചലനാത്മകവും വേഗത്തിൽ മാറുന്നതുമായ ഒരു മേഖലയായി ഈ രംഗം മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കയാണ്. പുതുതലമുറ രീതിയായ ഓൺലൈൻ റീട്ടെയിലിങ്ങിലേക്ക് ഇത് അതിവേഗം മുന്നേറുകയാണ്. അതോടൊപ്പം തന്നെ പുതിയ സാങ്കേതികവിദ്യകൾ ധാരാളം ഈ രംഗം പരീക്ഷിക്കുന്നുമുണ്ട്. പുതിയ ഷോപ്പിംഗ് ശൈലിയെക്കുറിച്ച് വന്ന ഒരു വാർത്ത നോക്കൂ.

സമയം രാവിലെ 10 മണി, സൂപ്പർ മാർക്കറ്റിൽ നിങ്ങൾ കയറുന്നു. വാതിൽക്കൽ തന്നെ നിരനിരയായി വെച്ചിരിക്കുന്ന ട്രോളികളിൽ ഒന്ന് ഉന്തി വിശാലമായ ഷെൽഫുകൾക്കിടയിലൂടെ സാവധാനം നിങ്ങൾ പ്രയാണം തുടങ്ങുന്നു. ഇഷ്ടമായ സാധനങ്ങളൊക്കെ ഷെൽഫിൽ നിന്നെടുത്ത് ട്രോളിയിലേയ്ക്കിട്ടു. നിങ്ങൾ കടയിൽ കയറിയപ്പോഴേ നിങ്ങളുടെ നിതംബത്തിലെ ടാഗ് രഹസ്യ കമ്പ്യൂട്ടർ ചോർത്തിക്കഴിഞ്ഞു – നിങ്ങൾ ആരാണെന്നും നിങ്ങളുടെ ബാങ്ക് അക്കൗണ്ട് എവിടെയാണെന്നും അതിൽ ബാലൻസ് എത്രയുണ്ടെന്നും കമ്പ്യൂട്ടർ മനസ്സിലാക്കി. ട്രോളിയുടെ കൈപ്പിടിയിലുള്ള ഒരു ചെറിയ സ്ക്രീനിൽ നിങ്ങൾ ഇപ്പോൾ എടുത്ത സാധനത്തിന്റെ വിലയും ഇതുവരെ എടുത്തതിന്റെ ആകെ വിലയും തെളിഞ്ഞുകാണാം. അത് നോക്കികൊണ്ട് കൂടെ നടക്കുന്ന ഭാര്യ പറഞ്ഞു. മതി ചേട്ടാ ബാക്കി നാളെ വാങ്ങാം.

ചേട്ടന്റെ കീശയുടെ വലുപ്പം അവർക്കല്ലേ ശരിക്കും അറിയൂ. എടുത്ത സാധനങ്ങളുടെ ആകെ വിലയും അപ്പപ്പോൾ ഡിസ്പ്ലെ ചെയ്ത് വരുന്നുണ്ടായിരുന്നു. ഏകദേശം മുക്കാൽ മണിക്കൂർ ഷോപ്പിംഗ് കഴിഞ്ഞപ്പോഴേക്കും കാർഡിലെ പൈസ കഴിഞ്ഞതായി മനസ്സിലാക്കി. മനസ്സില്ലാ മനസ്സോടെ ഷോപ്പിംഗ് നിർത്തി ട്രോളിയുരുട്ടി നിങ്ങൾ കവാടത്തിലേക്ക് നടക്കുന്നു. നിങ്ങൾക്ക് ബില്ല് തരാനോ പണം വാങ്ങാനോ ഉള്ള സൗകര്യം കവാടത്തിലില്ല. ഒട്ടും സംശയിച്ചു നിൽക്കാതെ ട്രോളിയുരുട്ടി വെളിയിലേക്കിറങ്ങി. കടയിൽ നിന്നെടുത്ത സാധനങ്ങളെല്ലാം ട്രോളിയിൽ നിന്നും കാറിലേക്കിട്ട് യാത്രയായി. നിങ്ങളെ തടയാൻ സെക്യൂരിറ്റിയൊന്നും വരുന്നില്ല. ആരും പുറകെ ഓടുന്നുമില്ല.

കാരണം നിങ്ങൾ നടത്തിയത് നിങ്ങളുടെ ബാങ്ക് ബാലൻസിന് നിയമാനുസൃതമായ ഷോപ്പിംഗ് തന്നെയായിരുന്നു.

കടയിൽ നിന്നെടുത്ത സാധനങ്ങളുടെ വില നിങ്ങളോടാരും ആവശ്യപ്പെട്ടില്ലെങ്കിലും അത്രയും പണം നിങ്ങളിൽനിന്ന് കടയുടമകൾ വസൂലാക്കികഴിഞ്ഞിരിക്കുന്നു. നിങ്ങൾ നടത്തിയത് മോഷണമൊന്നുമല്ല. നിയമാനുസൃതമായ ഷോപ്പിംഗ് തന്നെ. ഭാവിയിൽ വരാൻ പോകുന്ന ഒരു ഷോപ്പിംഗ് ശൈലിയാണിത്.

കാർഡിലെ പണത്തേക്കാൾ കൂടുതൽ സാധനം നിങ്ങൾ ഷെൽഫിൽ നിന്നെടുത്താൽ ട്രോളിയിലെ സ്ക്രീനിൽ പണം തികയില്ല എന്ന സന്ദേശവും അതോടൊപ്പം 'ബസ്സർ' ശബ്ദവും കേൾക്കാം. അതോടെ സാധനം തിരിച്ചുവെച്ച് യാത്ര തുടരാം.

ഓൺലൈൻ റീട്ടെയിൽ രംഗം ജനങ്ങളിലേക്ക് കൂടുതൽ അടുക്കുന്നതായാണ് ഇപ്പോൾ കാണാൻ കഴിയുന്നത്. ആമസോൺ, ഇബെ, ഫ്ളിപ്പ്കാർട്ട് തുടങ്ങിയ വമ്പൻമാർക്കൊപ്പം കഴുകി വൃത്തിയാക്കിയ മത്സ്യവും മുറിച്ച് കഷണങ്ങളാക്കിയ പച്ചക്കറിയും വിപണനം ചെയ്യുന്ന ഓൺലൈൻ സ്ഥാപനങ്ങളും നമുക്ക് ചുറ്റുമുണ്ട്.

ഉപഭോക്താക്കളുടെ സ്വഭാവരീതികൾ വളരെ പെട്ടെന്നാണ് മാറുന്നത്. പുതുതലമുറ ഉപഭോക്താക്കൾ റീട്ടെയിൽ ഷോപ്പിംഗിനൊപ്പം ഓൺലൈൻ സ്റ്റോറും ഒരേ സമയം സന്ദർശിക്കുന്നു. ഒരു ഷോപ്പിംഗ് മാളിൽ നിന്നുതന്നെ തങ്ങളുടെ മൊബൈലിൽ ഓൺലൈൻ സ്റ്റോറും കാണുന്നു. ഉല്പന്നത്തിന്റെ വില, വാറണ്ടി എന്നിവയും പരിശോധിക്കുന്നു. മുൻകാലങ്ങളിൽ നിന്നും തീർത്തും വ്യത്യസ്തമായ സാഹചര്യമാണിത്. വില്പനക്കാരനും ഉപഭോക്താവും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം കൂടുതൽ ഊഷ്മളമാക്കണമെന്ന് ഇത് വിൽപ്പനക്കാരനെ ഓർമ്മപ്പെടുത്തുന്നു. ഇപ്പോഴത്തെ 20 വയസ്സിനും 35 വയസ്സിനും ഇടയിലുള്ളവർ ഈ രീതിയിലാണ് ഷോപ്പിംഗ് നടത്തുന്നത്. ഭാവിയിൽ ഇവരുടെ ശതമാനം വൻതോതിൽ വർദ്ധിക്കുകതന്നെ ചെയ്യും.

ഓൺലൈൻ കച്ചവടക്കാർക്ക് വില കൂടിയ ഷോറൂമുകളുടേയും വില്പന തൊഴിലാളികളുടേയും ആവശ്യമില്ല എന്നത് വില കുറച്ച് വിൽക്കുന്നതിനുള്ള സാധ്യതയാണ് ഇവർക്ക് മുന്നിൽ തുറന്നിടുന്നത്. എന്നിട്ടും ഇവയൊന്നും ഇനിയും ലാഭത്തിലായിട്ടില്ല എന്നത് മറ്റൊരു കാര്യം. എന്നിരുന്നാലും ഇന്നത്തെ ഉപഭോക്താവ് ഓൺലൈൻ സ്റ്റോറുകളിലേക്ക് പോകുന്നതിനുള്ള സാധ്യത വളരെ കൂടുതലാണ്.

ഉല്പന്നങ്ങൾ വീടുകളിലെത്തിക്കുന്നതിനുള്ള കാലതാമസമാണ് ഇന്ന് ഓൺലൈൻ സപ്ലൈയേഴ്സിനെ കുഴയ്ക്കുന്നത്. പലരും കൊരിയർ കമ്പനികളുമായി കരാറിൽ ഏർപ്പെട്ടിരിക്കയാണ്. പുതിയ സാങ്കേതിക വിദ്യകൾ ഭാവിയിൽ പ്രായോഗികമായിക്കൂടെന്നില്ല. ന്യൂസിലാന്റിൽ ഡൊമിനോസ് ഡ്രോണുകളെ ഉപയോഗിച്ച് വീടുകളിൽ പിസ എത്തിക്കുന്നതിനുള്ള ശ്രമത്തിൽ വിജയിച്ചിട്ടുണ്ട്. ആമസോണും ഇത്തരം പരീക്ഷണങ്ങൾ നടത്തികൊണ്ടിരിക്കയാണ് എന്ന വാർത്തയുണ്ട്. 2025 ആകുമ്പോഴേക്കും ഡ്രൈവറില്ലാ വണ്ടികൾ ആകും നിരത്തിൽ. ഇതിൽനിന്നും റോബോട്ടുകളെ ഉപയോഗിച്ച് സാധനങ്ങൾ സപ്ലൈ ചെയ്യുന്നതിനുള്ള പരീക്ഷണത്തിലാണ് 'മെർസിഡസ് ബെൻസ്'.

ഡ്രോണുകളെ ഉപയോഗിച്ച് സഞ്ചരിക്കാൻ കഴിയുന്ന വാഹനങ്ങൾ ദുബായിൽ അടുത്തമാസം തന്നെ പ്രവർത്തനം ആരംഭിക്കും. ഒരു യാത്രക്കാരനടക്കം 117 k.g. ഭാരം വഹിക്കാൻ കഴിയുന്ന ഇരുന്നൂറോളം ഡ്രോണുകൾക്കാണ് ഇവർ ഓർഡർ നൽകിയിട്ടുള്ളത്. ഭാവിയിൽ വിപ്ലവകരമായ മാറ്റത്തിലൂടെയായിരിക്കും റീട്ടെയിൽ മേഖല കടന്നുപോകുക.

●

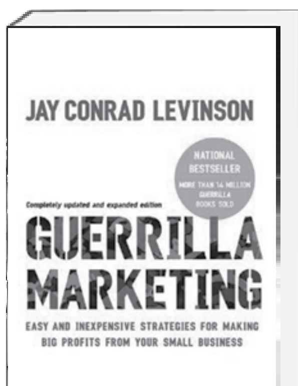


ബോബൻ കൊള്ളന്നൂർ
bobankollannur@gmail.com

പുസ്തക പരിചയം

GUERRILA MARKETING

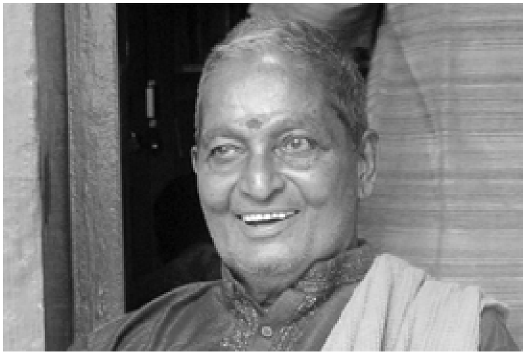
by Jay Conrad Levinson



Easy and expensive strategies for making big profit from your small businsse

1983 ൽ Guerilla Marketing എന്ന പുസ്തകത്തിന്റെ പ്രകാശനത്തിലൂടെ വിപണന രംഗത്ത് ഒരു പുതിയ വിപ്ളവം കൊണ്ട് വരികയായിരുന്നു ജെയ് ലെവിൻസൺ. Take-no-prisoners എന്ന വിപ്ളവകരമായ ആശയം ചെറുകിട വ്യവസായികൾക്ക് മുൻപിലേക്ക് വെക്കുകയായിരുന്നു ലെവിൻസൺ. മാർക്കറ്റ് ഷെയറുകളെപ്പറ്റിയും അവ എങ്ങനെ നേടാം എന്നതിനെപ്പറ്റിയുമുള്ള നൂറിൽപരം വിജയകരമായ ആശയങ്ങളാണ് ഈ പുസ്തകത്തിൽ ഉള്ളത്. ഏറ്റവും നൂതന രീതികൾ കൂട്ടിചേർത്ത് വികസിപ്പിച്ച ഈ പുസ്തത്തിന്റെ നാലാം എഡിഷനിൽ ചെറുകിട വ്യവസായ രംഗം വിജയകരമാക്കാനുള്ള പുതിയ ഐഡിയകൾ കൂട്ടി ചേർത്തിരിക്കുന്നു. ആമസോണിൽ ഈ പുസ്തകം 817 രൂപയ്ക്ക് ലഭിക്കും.

ടോംയാസ് പുരസ്കാരം കലാമണ്ഡലം ഗോപിക്ക്



17-ാമത് ടോംയാസ് പുരസ്കാരം കഥകളി ആചാര്യൻ പത്മശ്രീ കലാമണ്ഡലം ഗോപിക്ക് സമ്മാനിക്കുന്നു. ഒരുലക്ഷം രൂപയും ശില്പവുമാണ് അവാർഡ്.

പ്രസിദ്ധ സ്വാതന്ത്ര്യസമരസേനാനിയും പത്രപ്രവർത്തകനുമായിരുന്ന വി.എ. കേശവൻ നായരുടെ സ്മരണ നിലനിർത്തുന്നതിനുവേണ്ടി ടോംയാസ് ഏർപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ളതാണ് ഈ അവാർഡ്.

ആഗസ്റ്റ് 8 വൈകീട്ട് 4ന് തൃശ്ശൂർ കേരള സാഹിത്യ അക്കാദമി ഹാളിൽ നടക്കുന്ന ചടങ്ങിൽ ആർട്ടിസ്റ്റ് നമ്പൂതിരിയും ബിഷപ്പ് മാർ റാഫേൽ തട്ടിലും ചേർന്ന് അവാർഡ് സമ്മാനിക്കുമെന്ന് ടോംയാസ് മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ തോമസ് പാവറട്ടി അറിയിച്ചു.

ശ്രീരാമകൃഷ്ണ മിഷന്റെ ദേശീയ അദ്ധ്യക്ഷനായിരുന്ന രംഗനാഥാനന്ദ സ്വാമികൾ, ഉസ്താദ് ബിസ്മില്ലാ ഖാൻ, ഒ.വി. വിജയൻ, എം.ആർ.ബി., ബിഷപ്പ് പൗലോസ് മാർ പൗലോസ്, മൃഡാനന്ദസ്വാമികൾ, പ്രൊഫ. ജി. കുമാരപിള്ള, കെ.പി. നാരായണപ്പിഷാരടി, കുഞ്ഞുണ്ണി മാസ്റ്റർ, സി.എസ്. ഗംഗാധരൻ, കോവിലൻ, ജോസ് ആലുക്കാസ്, മഹാകവി അക്കിത്തം, ആർട്ടിസ്റ്റ് നമ്പൂതിരി, ചൊവ്വല്ലൂർ കൃഷ്ണൻകുട്ടി എന്നീ വ്യക്തികൾക്കും മാതൃഭൂമി, എസ്.ഒ.എസ്. ചിൽഡ്രൻസ് വില്ലേജ് എന്നീ സ്ഥാപനങ്ങൾക്കുമാണ് ടോംയാസ് പുരസ്കാരം സമർപ്പിച്ചിട്ടുള്ളത്.

വാട്സ്ആപ് വിട്ട സന്ദേശം ഇനി തിരികെ കിട്ടും!

ഇനി മുതൽ വാട്സ്ആപ്പിൽ അയച്ച സന്ദേശങ്ങൾ തിരികെ പിടിക്കാൻ കഴിയും. വാട്സ്ആപ്പിന്റെ 2.17.30 എന്ന പുതിയ വേർഷനിലാണ് മെസേജ് റീകോളിംഗ് ഫീച്ചർ ഉൾക്കൊള്ളിച്ചിരിക്കുന്നത്. പരീക്ഷണമെന്നോണം ആപ്പിൾ ഫോണുകളിലാവും ഈ സൗകര്യം ആസ്വദിക്കാനാവുക. മറ്റ് ഓപ്പറേറ്റിംഗ് സിസ്റ്റങ്ങളിലും ഈ സംവിധാനം ഉടനെത്തുമെന്നാണ് വിവരം.

സ്വീകർത്താവ് സന്ദേശം കാണുന്നതിനു മുമ്പായി സന്ദേശം എഡിറ്റ് ചെയ്യാനും ഡിലീറ്റ് ചെയ്യാനുമാണ് ഇവയിൽ സംവിധാനമുള്ളത്. കുറച്ച് നാളുകൾക്കു മുൻപ് വാട്സ്ആപ്പിന്റെ പുതിയ അപ്ഡേഷൻ ഇറക്കിയപ്പോൾ പടിക്കുപുറത്തുപോയ കോണ്ടാക്ട് മെനു പുതിയ വേർഷനിലൂടെ തിരികെയെത്തിക്കാനും അധികൃതർ ശ്രമിക്കുന്നുണ്ട്.

100 വർഷത്തെ ഫാഷൻ 1 മിനിട്ട് വീഡിയോയിൽ

ഫാഷൻ എന്നത് ഓരോ മിനിട്ടിലും മാറിക്കൊണ്ടിരിയ്ക്കുന്നതാണ്. ഒരു ഫാഷന്റെ ആയുസ് ചിലപ്പോൾ ഒരു മിനിട്ട് മാത്രമാകാം. ഓരോ കാലഘട്ടത്തിനും അതിന്റേതായ ഫാഷൻ സങ്കൽപ്പങ്ങളുണ്ട്. ഹെയർ സ്റ്റൈലും, വസ്ത്ര ധാരണവും മേക്കപ്പുമൊക്കെ നിർണയിക്കുന്ന ഫാഷൻ സങ്കൽപ്പങ്ങൾ എപ്പോഴും മാറിക്കൊണ്ടേയിരിയ്ക്കും. നൂറ് വർഷത്തെ വ്യത്യസ്ത ഫാഷനുകൾ ഒരു മിനിട്ടുള്ള വീഡിയോയിൽ ഉൾപ്പെടുത്തിയാൽ എങ്ങനെയുണ്ടാകും. ഇത്തരത്തിലുള്ള ഒരു വീഡിയോ യൂ ട്യൂബിൽ ഹിറ്റായി മാറി. 1910 മുതൽ 2010 വരെയുള്ള വിവിധ ഫാഷനുകളാണ് ഒരു മിനിട്ട് ദൈർഘ്യമുള്ള വീഡിയോയിൽ ഉള്ളത്.

ഒരു മോഡിലിൽ തന്നെ വിവിധ കാലഘട്ടത്തിലെ മേയ്ക്കപ്പുകളും, ഹെയർസ്റ്റൈലുകളും പരീക്ഷിയ്ക്കുന്നു. വാലിട്ട് കണ്ണെഴുതുന്നത് മുതൽ ഹൈ ഡെഫനിഷൻ മേയ്ക്കപ്പ് വരെ എത്തി നിൽക്കുന്നതാണ് വീഡിയയോയിൽ ഉള്ളത്.

താജിന്റെ ഫോട്ടോയെടുത്താൽ ഇനി വലിയ വില കൊടുക്കേണ്ടി വരും!!!

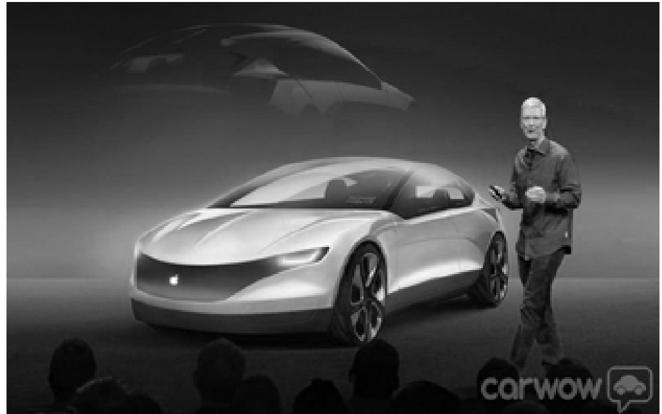
മുംബൈയിലെ താജ്മഹൽ പാലസ് ഹോട്ടലിന്റെ ചിത്രങ്ങൾ എടുക്കുമ്പോൾ ഇനി സൂക്ഷിക്കണം. ഇന്ത്യയിൽ ആദ്യമായി ട്രേഡ്മാർക്ക് നേടിയ കെട്ടിടമായിമാറിയിരിക്കുകയാണ് താജ്ഹോട്ടൽ. അതുകൊണ്ട് ഉടമയുടെ അനുവാദമില്ലാതെ ഹോട്ടലിന്റെ ചിത്രങ്ങൾ ഇനി വാണിജ്യാവശ്യങ്ങൾക്ക് ഉപയോഗിക്കാനാകില്ല.

114 വർഷം പഴക്കമുണ്ട് താജ്മഹൽ പാലസ് ഹോട്ടലിന്. 1903 ഡിസംബർ 16നാണ് ദക്ഷിണ മുംബൈയിൽ ഹോട്ടൽ ആരംഭിക്കുന്നത്. കെട്ടിടത്തിന്റെ തനിമ സംരക്ഷിക്കുന്നതിന് വേണ്ടിയാണ് ട്രേഡ് മാർക്ക് അംഗീകാരം നൽകിയിരിക്കുന്നത്.

ടാറ്റാ ഗ്രൂപ്പിന് കീഴിലുള്ള ഇന്ത്യൻ ഹോട്ടൽസ് കമ്പനി ലിമിറ്റഡിന്റെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ളതാണ് ഈ ഹോട്ടൽ. ഇന്ത്യയിലെ തന്നെ മികച്ച ഹോട്ടലുകളിലൊന്നാണിത്.

സാധാരണ കമ്പനികളുടെ ലോഗോകൾ, വിപണന നാമങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയ്ക്കാണ് ട്രേഡ്മാർക്ക് നൽകുക. എന്നാൽ താജ്മഹൽ പാലസ് ഹോട്ടലിന്റെ നിർമ്മാണ രീതി കണക്കിലെടുത്ത് ഇമേജ് ട്രേഡ് മാർക്കാണ് നൽകിയിരിക്കുന്നത്. ഇന്ത്യയിൽ ആദ്യമായാണ് ഒരു കെട്ടിടത്തിന് ഇത്തരത്തിൽ ട്രേഡ്മാർക്ക് ലഭിക്കുന്നത്.

ആപ്പിൾ സെൽഫ് ഡ്രൈവിംഗ് കാർ നിർമ്മിക്കും



ഐ ഫോൺ നിർമ്മാതാക്കളായ ആപ്പിൾ സെൽഫ് ഡ്രൈവിംഗ് കാർ സാങ്കേതികവിദ്യയിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നു. ബ്ലൂംബർഗ് ടെലിവിഷന് നൽകിയ അഭിമുഖത്തിൽ ഇതാദ്യമായി ആപ്പിൾ സി. ഇ. ഒ. ടിം കുക്ക് ഇക്കാര്യം സ്ഥിരീകരിച്ചു. ഏതെങ്കിലും ഉൽപ്പന്നം മുന്നിൽ കണ്ടുകൊണ്ടല്ല ഇക്കാര്യം പറയുന്നതെന്നും സുപ്രധാന സാങ്കേതികവിദ്യയായ ഓട്ടോണമസ് സംവിധാനത്തെ ആപ്പിൾ പ്രധാനമായി കരുതുന്നുവെന്നും ടിം കുക്ക് വ്യക്തമാക്കി. സെൽഫ് ഡ്രൈവിംഗ് മത്സരത്തിൽ വൈകി പ്രവേശിച്ച ആപ്പിളിന് കാലിഫോർണിയയിൽ ഓട്ടോണമസ് വാഹനങ്ങളുടെ പരീക്ഷണ ഓട്ടം നടത്തുന്നതിന് ഇക്കഴിഞ്ഞ ഏപ്രിലിൽ അനുമതി ലഭിച്ചിരുന്നു. നേരത്തെ, സ്വന്തമായി സെൽഫ് ഡ്രൈവിംഗ് കാർ നിർമ്മിക്കാൻ ലക്ഷ്യമിട്ടിരുന്ന ആപ്പിൾ കഴിഞ്ഞ വർഷം പദ്ധതി ഉപേക്ഷിച്ചതായി അഭ്യൂഹമുണ്ടായിരുന്നു. പുറത്തുവന്ന റിപ്പോർട്ടുകൾ ശരിയാണെങ്കിൽ പ്രോജക്റ്റ് ടൈറ്റൻ എന്ന് പേരിട്ട സെൽഫ് ഡ്രൈവിംഗ് കാർ പദ്ധതി 2014 ൽ തുടങ്ങിവെച്ചശേഷം ഐഫോൺ നിർമ്മാതാക്കൾ ആയിരത്തിലധികം എഞ്ചിനീയർമാരെയാണ് നിയമിച്ചത്. മൂന്ന് സെൽഫ് ഡ്രൈവിംഗ് എസ്‌യുവികളുടെ പരീക്ഷണ ഓട്ടം നടത്തുന്നതിന് കാലിഫോർണിയ മോട്ടോർ വാഹന വകുപ്പാണ് ഏപ്രിൽ മാസത്തിൽ ആപ്പിളിന് അനുമതി നൽകിയത്. ഒരു വർഷത്തിനിടെ സാൻ ഫ്രാൻസിസ്കോ ബേ ഏരിയയുടെ പരിസരപ്രദേശങ്ങളിലായി പൊതു നിരത്തുകളിൽ ആറോളം വാഹനങ്ങളാണ് ഓട്ടോണമസ് സാങ്കേതികവിദ്യ പരീക്ഷിക്കുന്നതായി കാണപ്പെട്ടത്.

പേടിഎമ്മിന് വെല്ലുവിളിയുമായി ഹൈക്ക് മെസ്സഞ്ചർ എത്തുന്നു



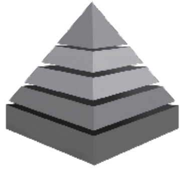
ഇൻസ്റ്റന്റ് ബാങ്ക് ടു ബാങ്ക് ട്രാൻസ്ഫറുമായി ഹൈക്ക് മെസ്സഞ്ചർ എത്തുന്നു. ഡിജിറ്റൽ പണമിടപാടുകളെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിന്റെ ഭാഗമായാണ് ഹൈക്ക് മെസ്സഞ്ചർ ഇലക്ട്രോണിക് പേയ്മെന്റ് വാലറ്റ് ആരംഭിച്ചത്. 2016 നവംബറിൽ നോട്ട് നിരോധനത്തെ തുടർന്നാണ് രാജ്യത്ത് ഡിജിറ്റൽ പണമിടപാടുകളിൽ കുത്തനെ വർധനവുണ്ടായത്. യു.പി.ഐയിൽ അധിഷ്ഠിതമായ പേയ്മെന്റ് സംവിധാനമാണ് വാട്സ്ആപ്പിന് മുമ്പേ ഹൈക്ക് കൊണ്ടുവന്നിട്ടുള്ളത്. യു.പി.ഐ സംവിധാനത്തിലധിഷ്ഠിതമായ സംവിധാനം യെസ് ബാങ്കുമായി ചേർന്നാണ് നടപ്പിലാക്കിയിട്ടുള്ളത്.

സർക്കാർ പിന്തുണയോടെയുള്ള യുപിഐ പ്ലാറ്റ്ഫോമിനെ അടിസ്ഥാനമാക്കി ഇൻസ്റ്റന്റായി പണമിടപാട് നടത്താമെന്നതാണ് ഈ സംവിധാനത്തിന്റെ പ്രത്യേകത. ടീസെന്റിന്റെ വീചാറ്റ് ചൈനയിൽ നടപ്പിലാക്കിയ പേയ്മെന്റ് സംവിധാനമാണ് ഹൈക്ക് മെസ്സഞ്ചറിലും നടപ്പിലാക്കിയിട്ടുള്ളതെന്ന് ഹൈക്ക് ചീഫ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് കവിൻ മിത്തൽ വ്യക്തമാക്കി.

മൊബൈൽ ബിൽ, വാലറ്റ് ടു വാലറ്റ് പണമിടപാടുകൾ എന്നിവയ്ക്ക് ഹൈക്ക് പേയ്മെന്റ് സേവനം ഉപയോഗപ്പെടുത്താവുന്നതാണ്. ഇന്ത്യയിൽ ഭാരതി എന്റർപ്രൈസിന്റെ ഭാഗമായ ഹൈക്കിന് നിലവിൽ 100 മില്യൺ രജിസ്റ്റേർഡ് ഉപയോക്താക്കളുണ്ട്.

ഭീം ആപ്പിനെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾക്ക് വെബ്സൈറ്റ്

ഭാരത് ഇന്റർഫേസ് ഫോർ മണി (ഭീം) ആപ്പിനെ കുറിച്ച് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വിവരങ്ങൾ നൽകാൻ നാഷണൽ പേയ്മെന്റ്സ് കോർപ്പറേഷൻ ഓഫ് ഇന്ത്യ (എൻപിസിഐ) വെബ്സൈറ്റ് ആവതരിപ്പിച്ചു. www.bhimupi.org.in എന്ന സൈറ്റിലൂടെ ഭീമിനെ കുറിച്ചുള്ള എല്ലാ വിവരങ്ങളും അറിയാം. ഭീം ആപ്പ് ഉപയോഗിച്ച് മൊബൈൽ ഫോണിലൂടെ എങ്ങനെ ഓൺലൈൻ ഇടപാടു നടത്താമെന്ന് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സൈറ്റിലൂടെ മനസിലാക്കാം. വിവിധ ബാങ്കുകൾ, വ്യാപാരികൾ എന്നിവരെ കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങളും ലഭ്യമാണ്. നിലവിൽ യുപിഐ സർവീസ് ഉള്ള 50 ബാങ്കുകളെ ഉൾപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. ഈ ബാങ്കുകളിലെ ഇടപാടുകാർക്ക് സേവനം ഉപയോഗിക്കാം. എൻപിസിഐയുടെ പിന്തുണയോടെ വികസിപ്പിച്ചിട്ടുള്ള യുപിഐ ആപ്ലിക്കേഷനാണ് ഭീം. ഒരിക്കൽ ഡൗൺലോഡ് ചെയ്താൽ ഉപഭോക്താവിന് ഇഷ്ടമനുസരിച്ച് ബാങ്ക് ഇടപാടുകൾ നടത്താം. സോഷ്യൽ മീഡിയയിലെ സാന്നിദ്ധ്യവും എൻപിസിഐ വർധിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഭീമിനായുള്ള ഫോൺ നമ്പർ 02245414740 ലേക്കും വിളിക്കാം. @NPCI_BHIM ആണ് ട്വിറ്റർ ഹാൻഡിൽ.



സക്സസ്
പിരമിഡ്

സീറോയിൽ നിന്ന് ഉയർന്നു വന്ന കൽപനാ സരോജ്

നിങ്ങളുടെ സമ്പത്ത് വളരേണ്ടതിന്റെ അതിരുകൾ നിശ്ചയിക്കേണ്ടത് നിങ്ങളാണ് – ഹാർവ് എക്കർ

ഏതൊരു വ്യക്തിയുടെയും സർഗാത്മകമായ കഴിവുകൾ മാത്രമല്ല, ശാരീരികമായ മികവുകൾ പോലും അയാളുടെ മനസ്സിന്റെ അവസ്ഥയെ ആശ്രയിച്ചാണിരിക്കുന്നത്. മനസ്സുണ്ടെങ്കിൽ എല്ലാം നേടാം, മനസ്സു വച്ചാൽ നടക്കാത്തതെന്തുണ്ട്? മനസ്സിന്റെ ശക്തിയെ ആശ്രയിച്ച് വ്യക്തിയുടെ പരിമിതികളെ മറികടക്കാനാവുമെന്ന് ശാസ്ത്രം തെളിയിച്ചുകഴിഞ്ഞിട്ട് കാലമേറെയായി.

സാധാരണയായി ബോധമനസ്സിനെക്കുറിച്ചു മാത്രമേ നാം സംസാരിക്കാറുള്ളൂ. നാം അറിയുന്നതും ബോധമനസ്സിനെക്കുറിച്ചാണ്. ഉണർന്നിരിക്കുമ്പോൾ പ്രവർത്തനനിരതമാകുന്നതും ഉറക്കത്തിലാകുമ്പോൾ വിശ്രമാവസ്ഥയിലാകുന്നതുമാണ് ബോധമനസ്സ്. എന്നാൽ ഉറക്കത്തിൽ നാം സ്വപ്നം കാണുന്നുണ്ട്. നമ്മുടെ ശാരീരിക പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ മിക്കതും കൃത്യമായി നടക്കുന്നുമുണ്ട്. ഇത് എങ്ങിനെ സംഭവിക്കുന്നുവെന്ന് ചിന്തിച്ചിട്ടുണ്ടോ?

ശാസ്ത്രം ഇതിനെ ഉപബോധമനസ്സ് എന്ന് വിളിക്കുന്നു. അനന്തമായ ഊർജത്തിന്റെ ഉറവിടമായിട്ടാണ് ശാസ്ത്രലോകം ഉപബോധമനസ്സിനെ കാണുന്നത്. എല്ലായ്പ്പോഴും പ്രവർത്തനനിരതമാണ് ഉപബോധമനസ്സ്. ഉപബോധമനസ്സിൽ കുടികൊള്ളുന്ന ഊർജം ഉപയോഗിച്ചാണ് ലോകത്തിലെ പ്രതിഭാശാലികളൊക്കെ വൻവിജയം നേടിയിട്ടുള്ളത്. നമ്മുടെ ഭൗതിക ലോകത്തു കാണുന്ന കണ്ടുപിടിത്തങ്ങൾ ഒക്കെയും പ്രതിഭാശാലികളുടെ ഉപബോധമനസ്സിന്റെ സൃഷ്ടികളാണ്. എന്നാൽ ഈ പ്രതിഭാശാലികൾ പോലും തങ്ങളുടെ ഉപബോധമനസ്സിന്റെ പത്തുശതമാനം പോലും ഉപയോഗപ്പെടുത്തിയിട്ടില്ലെന്നതാണ് സത്യം.

മനശക്തി തിരിച്ചറിയണം

ഏതൊരു വ്യക്തിയും പ്രതിഭാശാലിയായിത്തന്നെയാണ് ജനിക്കുന്നത്. പ്രതിഭയുടെ അളവിൽ ഏറ്റക്കുറച്ചിലുണ്ടായേക്കാമെന്നു മാത്രം. തെറ്റായ മുൻവിധികളും അനുവർത്തിച്ചു വന്ന ശീലങ്ങളും സമൂഹമേർപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ള വിലക്കുകളും ഒക്കെച്ചേർന്ന് പലരുടെയും പ്രതിഭയെ ഇരുട്ടിലേക്ക് തള്ളിവിടുന്നു. തങ്ങളുടെ മനസ്സിന്റെ അനന്തമായ ശക്തിയെക്കുറിച്ച് മിക്കവരും അജ്ഞരാണ്. ഈ അജ്ഞത മാറ്റിയെടുക്കുകയാണ് വേണ്ടത്. അവനവന്റെ മനശക്തി തിരിച്ചറിഞ്ഞു കഴിഞ്ഞാൽ അതുപയോഗിച്ച് ഇന്നു സ്വപ്നം കാണുന്നതൊക്കെയും നമുക്ക് നേടാനാകും. നമ്മുടെ സ്വപ്നം എന്തുമായിക്കൊള്ളട്ടെ, മനശക്തിയിലൂടെ അത് നേടിയെടുക്കാൻ ചിട്ടയായ പരിശീലനം കൊണ്ട് സാധ്യമാകും. നാം ആഗ്രഹിക്കുന്നതെന്തും ആഗ്രഹിക്കുന്ന സമയത്ത് നേടാനാകും എന്നതാണ് മനസിന്റെ മഹാശക്തി നമുക്കു നല്കുന്ന വാഗ്ദാനം. അതിനായി സ്വന്തം മനശക്തി തിരിച്ചറിയുക.

വിജയത്തിലേക്ക് പലവഴികളുണ്ട്

വിജയത്തിലേക്ക് ഒരേയൊരു വഴി മത്രമേയുള്ളൂവെന്ന് വിശ്വസിക്കുന്നവരുണ്ട്. എന്നാൽ കൽപനാ സരോജിനെപ്പോലുള്ളവരുടെ കഥകൾ കേൾക്കുമ്പോൾ നമുക്കു മനസ്സിലാകും.യഥാർത്ഥ വിജയത്തിലേക്ക് ഒന്നിലധികം വഴികളുണ്ട്. ചിലത് നമ്മുടെ ഉള്ളിൽ നിന്നു തന്നെ രൂപപ്പെടുന്നവയാണ്. മറ്റു ചിലത് നമ്മുടെ ചുറ്റുപാടുകളിൽ തെളിഞ്ഞു വരുന്നവയാണ്. വിജയത്തിലേക്കുള്ളവഴി ഏതെന്നു കണ്ടുപിടിക്കുകയും അത് യഥാസമയം ഉപയോഗപ്പെടുത്തുകയും ചെയ്യുന്നതാണ് നല്ല വിജയിയുടെ ലക്ഷണം.

മോട്ടിവേഷൻ രണ്ടു തരം

മോട്ടിവേഷൻ രണ്ടു തരമുണ്ട്. ഒന്ന്, വ്യക്തിയുടെ ഉള്ളിൽ സ്വയം ഉയർന്നു വരുന്നത്. രണ്ട്, പുറത്തുള്ള വസ്തുക്കളോ വ്യക്തികളോ നമ്മുടെ മനസ്സിലുയർത്തുന്നത്. ഇതിൽ ആദ്യത്തേത് വ്യക്തിയിൽ ജന്മസഹജമായുണ്ടാകുന്ന ഗുണവിശേഷമാണ്. അവർ ജീവിതത്തിന്റെ പ്രസാദാത്മകവശം കാണുന്നവരാണ്. അവരെ പ്രചോദിപ്പിക്കാൻ മറ്റൊരാളുടെ ഇടപെടൽ വേണ്ട.

പക്ഷേ രണ്ടാമത്തേതോ, ചുറ്റുപാടുകളാണ് ഈ ആത്മചോദനയുടെ ഇരിപ്പിടം. നമുക്ക് ചുറ്റുമുള്ള സാഹചര്യങ്ങളും അനുഭവങ്ങളും വ്യക്തികളും നമ്മെ പ്രചോദിപ്പിക്കുന്നു. 'അവർക്ക് അങ്ങനെയാകാമെങ്കിൽ എനിക്കും അങ്ങനെയായിക്കൂടെ' എന്ന് നാം മറ്റുള്ളവരെ നോക്കി ചിലപ്പോൾ ചോദിക്കാറില്ലേ? ഇതാണ്



കൽപനാ സരോജ്

വ്യക്തിബാഹ്യമായ മോട്ടിവേഷൻ.

സീറോയിൽ നിന്ന് ഉയർന്നുവന്ന കൽപനാ സരോജ്

500 കോടിയിലേറെ രൂപ ആസ്തിയുള്ള പ്രശസ്തമായ കമാനി ട്യൂബ്സിന്റെ ചെയർപേഴ്സണായ കല്പന സരോജിന്റെ കഥ കേട്ടിട്ടുണ്ടോ? ജീവിതത്തിൽ വിജയം വരിക്കണമെന്ന് ആഗ്രഹിക്കുന്നവരെ ശക്തമായി പ്രചോദിപ്പിക്കുന്ന അനുഭവകഥയാണ് കൽപനാ സരോജിന്റേത്.

മഹാരാഷ്ട്രയിലെ അകോലയിൽ ഒരു ചേരി പ്രദേശത്ത് താമസിച്ചിരുന്ന ഒരു പോലീസ് കോൺസ്റ്റബിളിന്റെ മകളായിരുന്നു കൽപന. ദളിത് വിഭാഗത്തിൽപ്പെട്ട ചേരിനിവാസിയുടെ ബാല്യകാലം തീരെ മോശമായിരുന്നു. ബാല്യകാലത്തെ യാതനകളിൽ മനസ്സു മടുത്ത് ആത്മഹത്യ ചെയ്യാനൊരുങ്ങിയതാണ് കൽപന. ജീവിതമൊടുക്കാനായി അവൾ മൂന്നു കുപ്പി കീടനാശിനിയെടുത്തു കുടിച്ചു. പക്ഷേ വിധി മറ്റൊന്നായിരുന്നു കൽപനയ്ക്കു വേണ്ടി കാത്തു വച്ചത്. മരണത്തിൽ നിന്ന് രക്ഷപെട്ട് ആശുപത്രിയിൽ നിന്നു അവൾ പുറത്തിറങ്ങിയത് പുതിയൊരാളായിട്ടാണ്. 'എന്തു വന്നാലും ഇനി തോൽക്കുന്ന പ്രശ്നമില്ല. ജയിച്ചു മുന്നേറുക തന്നെ ചെയ്യും.' അവളുടെ മനസ്സ് മന്ത്രിച്ചു.

പന്ത്രണ്ടു വയസ്സുള്ളപ്പോൾ, വീട്ടിലെ ബാദ്ധ്യതകളൊഴിവാക്കാൻ മാതാപിതാക്കൾ അവളെ വിവാഹം ചെയ്തയച്ചു. അവളേക്കാൾ പത്തു വയസ്സു പ്രായക്കൂടുതലുള്ള ഭർത്താവ്. ദാമ്പത്യം കൽപനക്ക് സുഖകരമായിരുന്നില്ല. ഭർത്താവിന്റെ അമ്മയും ജ്യേഷ്ഠനും അയാളുടെ ഭാര്യയുമൊക്കെ ചേർന്ന് അവളെ മാനസികമായും ശാരീരികമായും പീഡിപ്പിച്ചു. കുറേ നാൾ അവൾ എല്ലാം സഹിച്ചു കഴിച്ചു കൂട്ടി. പക്ഷേ ഒരു ദിവസം അച്ഛൻ വീട്ടിലെത്തിയപ്പോൾ മകളുടെ തകർന്ന അവസ്ഥ കണ്ട് അയാൾ മകളെ തിരികെ വീട്ടിലേക്കു വിളിച്ചു കൊണ്ടു വന്നു.

വീട്ടിൽ തിരിച്ചെത്തിയ കൽപനയ്ക്ക് ഒരു കാര്യം ബോദ്ധ്യപ്പെട്ടു. സാധാരണക്കാരന്റെ ജീവിതത്തിലെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട കാര്യം പണമാണ്. അതും സ്വന്തമായി അദ്ധ്വാനിച്ചുണ്ടാകുന്ന പണം. അവൾ സ്വന്തമായി തുന്നൽ പണികളിലേർപ്പെട്ടു. ചെറിയ വരുമാനം കിട്ടിത്തുടങ്ങി. ഇതിനിടെ അവൾ പുനർവിവാഹിതയായി. പട്ടണത്തിൽ ഫർണിച്ചർ കട നടത്തുന്ന ഒരാൾ. കൽപന ഭർത്താവിനെ സഹായിക്കാൻ തുടങ്ങി. ക്രമേണ ഫർണിച്ചർ ബിസിനസ് അഭിവൃദ്ധിപ്പെടാൻ തുടങ്ങി.

ബിസിനസിൽ പ്രത്യേക അഭിരുചിയുണ്ടായിരുന്ന കൽപനയുടെ കണ്ണുകൾ കൺസ്ട്രക്ഷൻ, റിയൽ എസ്റ്റേറ്റ് ബിസിനസിലേക്കു മെല്ലെ തിരിഞ്ഞു. ഏറെ നാളത്തെ പരിശ്രമഫലമായി മുംബൈക്കടുത്ത് ചതുപ്പായി കിടന്ന ഒരു സ്ഥലത്ത്, ഒരു വലിയ കൊമേഴ്സ്യൽ കോംപ്ളക്സ് അവർ പണിയാനൊരുങ്ങി. മുംബൈയിലെ റിയൽ എസ്റ്റേറ്റ് മാഫിയ ഇടംകോലിടാനായെത്തി. കല്പനയ്ക്ക് അവരുമായി ഏറ്റുമുട്ടേണ്ടിവന്നു. നിയമപരമായിത്തന്നെ കൊമേഴ്സ്യൽ കോംപ്ളക്സ് പടുത്തുയർത്തി. ഒടുവിൽ അവൾ ആ കെട്ടിടം വലിയ ലാഭത്തിൽ വിറ്റു. പുരുഷമേധാവിത്വമുള്ള ബിസിനസ് രംഗത്ത് ദളിത് വിഭാഗത്തിൽപ്പെട്ട ഒരു സ്ത്രീ നേട്ടം കൊയ്യാനാരംഭിച്ചതേയുള്ളു. കെട്ടിടം വിറ്റ വകയിൽ കിട്ടിയ പണം പുതിയൊരു ബിസിനസ്സിനു വേണ്ടി മുടക്കി. അങ്ങിനെ കൽപന സരോജ് അസോസിയേറ്റ്സ് എന്ന ബിസിനസ് സ്ഥാപനം മെല്ലെ മെല്ലെ വളരുകയായി. 2006– ൽ ബി.ഐ.എഫ്.ആർ വിൽക്കാൻ വച്ച കമാനി ട്യൂബ്സ് എന്ന സ്ഥാപനം അതിന്റെ ഉടമസ്ഥനായിരുന്ന നവീൻഭായി കമാനിക്ക് 51 ലക്ഷം രൂപ നൽകി കൽപന ഏറ്റെടുത്തു. കുറഞ്ഞ നാളുകൾ കൊണ്ട് കമാനി ട്യൂബ്സ് ലാഭത്തിലായി. ഇപ്പോൾ അതിന്റെ മൂല്യം ഏതാണ്ട് അഞ്ച് ബില്യൻ രൂപയിലേറെയാണ്. ദുബായിയിലും കുവൈറ്റിലും കമാനി ട്യൂബ്സിന് ഫാക്ടറികളുണ്ട്.

> നിരന്തരം ജോലി ചെയ്യുക ചിലരുടെ ശീലമാണ്. മറ്റു ചിന്തകളൊന്നുമലട്ടാതെ അവർ അതിൽ മുഴുകിയിരിക്കും. എത്രരേം ആ ജോലി ചെയ്താലും അവർക്ക് മടി വരില്ല. ജോലി ചെയ്യുന്തോറും ആവേശവും ഊർജ്ജവും കൂടി വരികയാണ് ചെയ്യുക. അങ്ങനെ അത് വീണ്ടും വീണ്ടും ചെയ്യുന്നു. അതിൽ അവർ ആനന്ദം കണ്ടെത്തുന്നു. ഇതെങ്ങനെ സംഭവിക്കുന്നു? കാരണം ഒന്നു മാത്രമാണ്. ആ ജോലിയോടുള്ള അഭിനിവേശം തന്നെ.

മാത്രമോ, അഹമദ് നഗറിലെ സായ്കൃപ സാഖർ കർഖാനയിൽ പ്രതിദിനം 7500 ടൺ കരിമ്പു പിഴിഞ്ഞെടുക്കാൻ പ്രാപ്തിയുള്ള പഞ്ചസാര ഫാക്ടറി, മുംബൈയുടെ പ്രാന്തപ്രദേശത്തുള്ള വാദായിൽ 100 ടൺ പ്രതിദിനോൽപാദനശേഷിയുള്ള സ്റ്റീൽ പ്ളാന്റ്, മഹാരാഷ്ട്ര–കർണാടക അതിർത്തിയിൽ 1230 ഏക്കർ ബോക്സൈറ്റ് ഖനി, ... കൽപനയുടെ ജൈത്രയാത്ര തുടരുകയാണ്. പ്രാഥമിക വിദ്യാഭ്യാസം പോലും ശരിയായി ലഭിക്കാതിരുന്ന കൽപ്പനയുടെ മകളിപ്പോൾ ലണ്ടനിൽ ഹോട്ടൽ മാനേജ്മെന്റ് പഠനം പൂർത്തിയാക്കിയിരിക്കുന്നു. മകൻ ജർമനിയിൽ പൈലറ്റാകാൻ പരിശീലനം നേടുന്നു.

ആത്മഹത്യയിൽ നിന്ന് ജീവിതത്തിലേക്കു തിരിച്ചു വന്ന കൽപനാ സരോജ് കമാനി ട്യൂബ്സിന്റെ ചെയർപേഴ്സണായി. മുംബൈയിലെ ബിസിനസ് രംഗത്ത് ജൈത്രയാത്ര നടത്തുകയാണ് അവരിപ്പോൾ.

പരാജയങ്ങളിൽ തളരാതെ നിരന്തരം ആത്മചോദിതയായി നിൽക്കുന്നതിന്റെ രഹസ്യം കൽപന പറയുന്നത് ഇങ്ങനെയാണ്. 'ഏതു കാര്യത്തിനും പല വഴികളുണ്ട്. ഒരെണ്ണം ശരിയാകുന്നില്ലെങ്കിൽ അടുത്ത പോംവഴിയെക്കുറിച്ചാണ് ഞാൻ ആലോചിക്കുക.'

അതെ, നമ്മിൽ പലരും ആദ്യത്തെ തടസ്സത്തിൽത്തന്നെ നിരാശനായി പിന്നോക്കം മടങ്ങുന്നവരാണ്. പക്ഷേ, ഓർക്കുക.

തോൽവികളിൽ മനസ്സു മടുക്കാത്തവർക്ക് മാത്രമേ വിജയമുണ്ടാകൂ.

കൽപനാ സരോജിന്റെ കഥ സസൂഷ്മം പഠിക്കുന്നവർക്ക് ഒരു യഥാർത്ഥ വിജയിയുടെ പ്രധാനപ്പെട്ട ലക്ഷണങ്ങൾ കാണാം. അത് താഴെപ്പറയും പ്രകാരമാണ്.

1. **സ്വപ്നം കാണാൻ** – ലക്ഷ്യങ്ങളത്രയും സഫലമാകുന്നതിനായി നിരന്തരം സ്വപ്നം കാണുക.

2. **ലക്ഷ്യനിർണയം** – ജീവിതത്തിന് കൃത്യമായ ലക്ഷ്യം നിർണയിക്കുക.

3. **ആസൂത്രണം** – ലക്ഷ്യപ്രാപ്തിക്കു വേണ്ടതൊക്കെ ആസൂത്രണം ചെയ്യുക.

4. **മാർഗം കണ്ടെത്താൻ** – ലക്ഷ്യത്തിലേക്ക് പോകുന്നതിനുള്ള ഏറ്റവും ഫലപ്രധമായ മാർഗം കണ്ടെത്തുക.

5. **പ്രവർത്തനം** – ലക്ഷ്യപ്രാപ്തിക്കായി പരിശ്രമിക്കുക.

6. **ആത്മ പ്രചോദനം** – പ്രവൃത്ത്യുന്മുഖനായിരിക്കാൻ എപ്പോളും ആത്മ പ്രചോദിതരായിരിക്കുക.

7. **പ്രോത്സാഹനം തേടൽ** – നിരന്തരം പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നവരുമായി മാത്രം സൗഹൃദമുണ്ടാക്കുക.

8. **അനുഭവങ്ങൾ പങ്കിടൽ** – മറ്റുള്ളവരുടെ അനുഭവങ്ങൾ (അവ നമ്മെ പ്രചോദിപ്പിക്കുന്നതായിരിക്കണം) – പങ്കിടുക.

9. **വായന** – പ്രചോദനം നൽകുന്ന അനുഭവകഥകളും പുസ്തകങ്ങളും മാസികകളും വായിക്കുക.

10. **മറ്റുള്ളവരെ സഹായിക്കൽ** – മറ്റുള്ളവരെ സഹായിക്കാനുള്ള നന്മ മനസ്സിൽ നിലനിർത്തുക.

11. **നന്ദി** – ജീവിതത്തിൽ ലഭിച്ചിട്ടുള്ളതിനെല്ലാം നന്ദിയുള്ളവനായിരിക്കുക.

12. **ക്ഷമ** – ക്ഷമയാണ് ബിസിനസ്സിനലെ ഏറ്റവും വലിയ ആസ്തി.

നമ്മുടെ അഭിനിവേശം തിരിച്ചറിയുക

നിരന്തരം ജോലി ചെയ്യുക ചിലരുടെ ശീലമാണ്. മറ്റുചിന്തകളൊന്നുമലട്ടാതെ അവർ അതിൽ മുഴുകിയിരിക്കും. എത്രനേരം ആ ജോലി ചെയ്താലും അവർക്ക് മടി വരില്ല. ജോലി ചെയ്യുന്തോറും ആവേശവും ഊർജ്ജവും കൂടി വരികയാണ് ചെയ്യുക. അങ്ങനെ അത് വീണ്ടും വീണ്ടും ചെയ്യുന്നു. അതിൽ അവർ ആനന്ദം കണ്ടെത്തുന്നു. ഇതെങ്ങനെ സംഭവിക്കുന്നു? കാരണം ഒന്നു മാത്രമാണ്. ആ ജോലിയോടുള്ള അഭിനിവേശം തന്നെ. തീർച്ചയായും ആ ജോലി തന്നെയാണ് അവരുടെ അഭിനിവേശം. ബിസിനസ്സിന്റെ കാര്യത്തിലും ഇതു തന്നെയായിരിക്കണം വഴി. എത്ര ചെയ്താലും അഭിനിവേശം കുറയാത്ത ബിസിനസ് ആയിരിക്കണം തിരിഞ്ഞെടുക്കേണ്ടത്. എങ്കിലേ വിജയമുറപ്പിക്കാൻ കഴിയൂ. അതുകൊണ്ടുതന്നെ സ്വന്തം അഭിനിവേശമെന്താണെന്ന് ആദ്യം കണ്ടെത്തൂ. അതിലൂന്നിയുള്ള ചുവടുകൾ നമ്മേ നയിക്കുന്നത് ലക്ഷ്യത്തിലേക്കായിരിക്കും.

അഭിനിവേശവും ലക്ഷ്യവും നിർണയിക്കുമ്പോഴാണ് നമ്മുടെ യാത്ര സുഗമമാകുന്നത്. നിങ്ങൾ എങ്ങനെ ജീവിക്കുന്നു എന്നത് അഭിനിവേശവും, എന്തുനേടുന്നു എന്നത് ലക്ഷ്യവുമാണ്. ശാന്തമായ ജീവിതം അഭിനിവേശമാകാം. ലോകത്ത് ശാന്തിയുണ്ടാക്കുകയെന്നത് ലക്ഷ്യവും. സമ്പൽസമൃദ്ധമായ ജീവിതം അഭിനിവേശവും ദാരിദ്ര്യം ഇല്ലാതാക്കുകയെന്നത് ലക്ഷ്യവുമാകുന്നു.

അഭിനിവേശം നമ്മുടെ ഉള്ളിൽനിന്നാണ് പുറത്തുവരേണ്ടത്. ഉള്ളിലുള്ളത് മാത്രമേ പുറത്തുവരികയുള്ളൂ. ഇല്ലാത്തത് എങ്ങനെ പുറത്തുവരാനാണ്? പലതും ചെയ്യണമെന്ന് ആഗ്രഹമുണ്ടെങ്കിലും പലപ്പോഴും അതെല്ലാം സാധിച്ചെന്നു വരില്ല. കാരണം ആഗ്രഹങ്ങൾ സാധിക്കണമെങ്കിൽ കഴിവുണ്ടാകണം. ഒരു ഫർണിച്ചർ വർക്ക്ഷോപ്പ് തുടങ്ങണമെന്നാണ് നമ്മുടെ ആഗ്രഹം എന്നുകരുതുക. എന്നാൽ, അതുസംബന്ധിച്ച ഒരറിവും നമുക്ക് ഇല്ലെങ്കിൽ എന്തു ചെയ്യും? കഴിവും അറിവുമുള്ളവരെ കണ്ടെത്തുക അവരെ ഉപയോഗപ്പെടുത്തുക. അവിടെ കഴിവുള്ളവന് മുന്നിൽ അല്പം താഴാനുള്ള മനസ്സുണ്ടാവണം. 20–30 വർഷം ഈ മേഖലയിൽ പരിചയമുള്ള ഒരാളെ അതിന്റെ ചുമതലയേൽപ്പിച്ചുനോക്കൂ. അയാളുടെ അത്രയും വർഷത്തെ പരിചയമാണ് നമ്മൾ ഉയോഗപ്പെടുത്തുന്നത്. ഒന്നോ രണ്ടോ ദിവസം കൊണ്ട് നമുക്ക് ആർജിച്ചെടുക്കാവുന്നതല്ല ആ 30 വർഷത്തെ അനുഭവ പരിചയം. കഴിവുള്ളവരെ കണ്ടെത്താനും അവരെ കൂടെ നിർത്താനും കഴിയുന്നതിലൂടെ ബിസിനസ്സിൽ എളുപ്പം വിജയം കൈവരിക്കാം. കഴിവുള്ളവന് എത്ര വേതനം കൊടുത്താലും അത് നഷ്ടമായിത്തീരില്ല. അയാളിൽനിന്നും കൂടുതൽ അറിവുകൾ കമ്പനിയുടെ വളർച്ചയ്ക്കായി ലഭിച്ചുകൊണ്ടടിരിക്കും.

കഴിവുകൾ സ്വയം കണ്ടെത്തുന്നതിലൂടെയേ ബിസിനസ്സിൽ വളർച്ച നേടാനാവൂ. ഒഴിച്ചുകൂടാൻ പറ്റാത്ത, നമ്മൾ ചെയ്തേ മതിയാവൂ എന്നുള്ള ജോലികൾ മാത്രം നാം ഏറ്റെടുക്കുക. നിരന്തരം ചെയ്യുന്ന ജോലികളുടെ ഒരു പട്ടിക തയ്യാറാക്കൂ. ഏതാണ്ട് 90 ഇനങ്ങളെങ്കിലും വരും. ഇതിനെ സ്റ്റാഫ് വർക്കുകളെന്നും കോർ വർക്കുകളെന്നും രണ്ടാക്കി തിരിക്കുക. മറ്റാരെങ്കിലും ചെയ്താൽ മതിയാവുന്ന ജോലികളാണ് സ്റ്റാഫ് വർക്കുകൾ. നാം തന്നെ നിർബന്ധമായും ചെയ്യേണ്ട ഇനങ്ങളായിരിക്കും കോർ വർക്ക്. ബഹുഭൂരിഭാഗവും മറ്റുള്ളവർ ചെയ്താൽ മതിയാവുന്ന സ്റ്റാഫ് വർക്കുകളായിരിക്കും. 20–22 എണ്ണം മാത്രമായിരിക്കും നാം തന്നെ ചെയ്തിരിക്കേണ്ട കോർ വർക്കുകൾ.

ഒന്നുകൂടി ശ്രദ്ധിച്ചാൽ മറ്റൊരു കാര്യം വ്യക്തമാകും. നമ്മുടെ വരുമാനത്തിന്റെ 80 ശതമാനവും വരുന്നത് ഈ കോർ വർക്കുകളിലെ 20 ശതമാനത്തിൽ നിന്നായിരിക്കും. ആ 20 ശതമാനം ജോലികൾ ഏതെന്ന് വേർതിരിക്കൂ. നമുക്ക് ഏറ്റവും സന്തോഷവും വരുമാനവും തരുന്ന ജോലികളായിരിക്കും അത്. ആ ജോലികളോടായിരിക്കും നമ്മുടെ അഭിനിവേശം. അതുമാത്രം ചെയ്യുക. മറ്റുള്ളവ മറന്നേക്കുക. 80 ശതമാനം ജോലികളിൽ നിന്നും വരുമാനത്തിന്റെ 20 ശതമാനം മാത്രമേ ലഭിക്കുന്നുള്ളൂവെങ്കിൽ അതു എന്നെന്നേക്കുമായി ഉപേക്ഷിക്കുക. ഇതാണ് 80:20 തത്വം. വരുമാനമില്ലാത്ത, നാം ചെലവഴിക്കുന്ന വിലപ്പെട്ട മണിക്കൂറുകൾ അപ്പോൾ നമുക്ക് തിരികെ ലഭിക്കും. അതിന്റെ മൂല്യം ഊഹിക്കൻ കഴിയുന്നതിലുമപ്പുറമായിരിക്കും. അഭിനിവേശം തിരിച്ചറിയുമ്പോഴാണ് വ്യഥാ കളയുന്ന മണിക്കൂറുകൾ വിലപ്പെട്ട കരുതലായി മാറുക.

നമ്മുടെ അഭിനിവേശവും കഴിവും കണ്ടെത്തുക. അത് പരിപോഷിപ്പിക്കുക. സമ്പത്തും വിജയവും നമ്മുടെ വഴിയിലായിരിക്കും.

മനുഷ്യനുമാത്രമേ സ്വപ്നം കാണാനും അവ യാഥാർത്ഥ്യമാക്കാനും കഴിയുകയുള്ളു.

–നെപ്പോളിയൻ



ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com
പത്രപ്രവർത്തകനും ടി.വി. അവതാരകനും മൈൻഡ് പവ്വർ ട്രെയ്നറുമാണ് ലേഖകൻ.

പൂക്കാലം

നവാഗതനായ നിസാം പത്തനാപുരം രചനയും സംവിധാനവും നിർവഹിക്കുന്ന ചിത്രമാണ് പൂക്കാലം. കലാ ചൈതന്യ ഫിലിംസിന്റെ ബാനറിൽ നിർമിക്കുന്ന ഈ ചിത്രം മാതാപിതാക്കളാൽ ഉപേക്ഷിക്കപ്പെടുന്ന മക്കളുടെയും മക്കളാൽ ഉപേക്ഷിക്കപ്പെടുന്ന മാതാപിതാക്കളുടേയും പച്ചയായ ജീവിത യാഥാർത്ഥ്യങ്ങൾ പറയും. കുട്ടികൾക്കും യുവജനങ്ങൾക്കും മുതിർന്നവർക്കും നല്ലൊരു സന്ദേശം കൂടി നൽകുന്നതാകും ഈ ചിത്രം. നിസാം പത്തനാപുരമാണ് ചിത്രത്തിലെ നായകൻ. മിറായി അപ്പു, ഡോ.വിനയൻ എന്നീ ഇരട്ട കഥാപാത്രങ്ങളെയാണ് നിസാം അവതരിപ്പിക്കുന്നത്.



നാടകരചയിതാവും സംവിധായകനും കൊല്ലം കലാ ചൈതന്യ എന്ന നാടക സമിതിയുടെ ഉടമയുമാണ് നിസാം. നിരവധി ടെലിഫിലിമുകളും ആൽബങ്ങളും സംവിധാനം ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. യശശ്ശരീരനായ കലാഭവൻ മണിയുടെ അനുജൻ രാമകൃഷ്ണൻ ഈ ചിത്രത്തിൽ പ്രധാനപ്പെട്ട ഒരു കഥാപാത്രത്തെ അവതരിപ്പിക്കുന്നു. സന (അപർണ്ണ) യാണ് നായിക. സത്താർ, കെ.ബി. ഗണേഷ്കുമാർ, ഇന്ദ്രൻസ്, ഗിന്നസ് പക്രു, കുമരകം രഘുനാഥ്, കോട്ടയം നസീർ, കൊല്ലം തുളസി, ടി.പി. മാധവൻ, കൊച്ചുപ്രേമൻ, കൈനകരി തങ്കരാജ്, രാജേഷ് ഹെബ്ബാർ, ജോബി, ജയൻ ചേർത്തല, ജോജോ തിരുവല്ല, രംഗാസേട്ട്, നിഹാരിക എസ് മോഹൻ, കനകലത, കുളപ്പുള്ളി ലീല, പാലാ തങ്കം, ഉഷ തുടങ്ങിയവരാണ് മറ്റ് പ്രധാന താരങ്ങൾ.

ഛായാഗ്രഹണം : പുഷ്പൻ. ഗാനരചന : നിസാം പത്തനാപുരം, എസ്.ജെ.കരിക്കോട്, അലിയാർ എരുമേലി, രാധു പുനലൂർ. സംഗീതം : കേരളപുരം ശ്രീകുമാർ. ഗായകർ: മധു ബാലകൃഷ്ണൻ, കേരളപുരം ശ്രീകുമാർ, പ്രദീപ് പ്രഭാകർ, അരവിന്ദ് ഹരിനാരായണൻ, റിമി ടോമി, സ്വാതി എസ്.നായർ. മേക്കപ്പ് : ലാൽ കരമന. കോസ്റ്റ്യൂം : അസീസ് പാലക്കാട്, പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ : ഇ.എ.ഇസ്മയിൽ. പി.ആർ.ഒ: റഹിം പനവൂർ. കലാ സംവിധാനം : ഇ.ബി.രാധാകൃഷ്ണൻ. എഡിറ്റിംഗ് : രാജഗോപാൽ. ഫൈറ്റ് : മാഫിയാ ശശി. അസിസ്റ്റന്റ് ഡയറക്ടർമാർ :പീതാംബരൻ, സജാദ് . പ്രൊഡക്ഷൻ എക്സിക്യൂട്ടീവ് : ചെന്താമരാക്ഷൻ. ഡിസൈൻ : മാസ് ഡിസൈൻസ് വെഞ്ഞാറമൂട് .യൂണിറ്റ് : ചിത്രാഞ്ജലി.

ദുബായ് ലക്ഷദ്വീപ്, തിരുവനന്തപുരം, തെന്മല, കുറ്റാലം എന്നിവിടങ്ങളിലായാണ് ചിത്രീകരണം.

ചിത്രത്തിന്റെ പൂജയും ഓഡിയോ റിലീസും ജൂലൈ 2 ന് രാവിലെ 11 മണിക്ക് പത്തനാപുരം ഗാന്ധിഭവനിൽ നടക്കും. മന്ത്രി അഡ്വ. കെ. രാജു ഭദ്രദീപം തെളിയിക്കും. പി.സി. ജോർജ്ജ് എംഎൽഎ ഓഡിയോ റിലീസ് ചെയ്യും. കെ.ബി. ഗണേഷ് കുമാർ എംഎൽഎ, ഗാന്ധിഭവൻ സെക്രട്ടറി ഡോ. പുനലൂർ സോമരാജൻ തുടങ്ങി നിരവധി പ്രമുഖർ പങ്കെടുക്കും.

-റഹിം പനവൂർ പിആർഒ (9946584007)

മൈ ഫാദർ

ആധുനിക കാലത്തെ കുടുംബ ബന്ധങ്ങളിൽ അച്ഛന്റെയും അമ്മയുടെയും സ്ഥാനം എവിടെയാണെന്ന് വരച്ചു കാട്ടുന്ന ഹ്രസ്വ ചിത്രമാണ് അലൻ മീഡിയയുടെ ബാനറിൽ ലക്ഷ്മൺ ആചാര്യ സംവിധാനം ചെയ്ത മൈ ഫാദർ. അലക്സ് ബാബുവാണ് ചിത്രത്തിന്റെ നിർമ്മാതാവ്. ചിത്രത്തിന്റെ കഥ,തിരക്കഥ, സംഭാഷണം അലക്സ് ബാബു രചിച്ചു.

ഒരു മഹാസംഭവം സിനിമയിലെ അസിസ്റ്റന്റ് ക്യാമറാമാൻ ശരത് മേലാംകോടാണ് ഛായാഗ്രഹണം നിർവഹിച്ചത്. എഡിറ്റിങ് - ഷിജി വെമ്പായം, പി.ആർ.ഒ- എ.എസ് പ്രകാശ്, പശ്ചാത്തല സംഗീതം-മിഥുൻ മുരളി, സൗണ്ട് എഫക്റ്റ്സ് - വിപിൻ എം. ശ്രീ, അസിസ്ററന്റ് ക്യാമറ - വിഷ്ണു കരിപ്പൂർ, ആർട്ട് - സമീർ മൂന്നാനക്കുഴി.

ചിത്രത്തിലെ പ്രധാന കഥാപാത്രങ്ങളെ ശരൺ നെടുമങ്ങാടൻ, വർഷ, വിനേഷ് കുമാർ, ഐശ്വര്യ, ഷബർ ഷാ, മാസ്റ്റർ അഭിനവ് ശ്രീകാന്ത് എന്നിവരാണ് അഭിനേതാക്കൾ.

എ.എസ് പ്രകാശ് , 9072388770



യു എ ഇ യിലെ കീ ഫ്രെയിംസിന് വിജയത്തിളക്കം



യു എ ഇ കേന്ദ്രമാക്കി കുട്ടികളുടെ കലാപരമായ ഉന്നമനത്തിനു വേണ്ടി വിവിധ രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള പ്രവാസി മലയാളികൾ രൂപീകരിച്ച കീ ഫ്രെയിംസ് എന്ന കലാ സാംസ്കാരിക പ്രസ്ഥാനം വിജയകരമായ പ്രവർത്തനത്തിന്റെ ഒരു വർഷം പൂർത്തിയാക്കി. കുട്ടികളുടെ സർഗ്ഗവാസന കറിഞ്ഞ് അവർക്കുവേണ്ടുന്ന പ്രോത്സാഹനം നൽകാനും വിവിധ മേഖലകളിൽ അവർക്ക് അർഹമായ അംഗീകാരങ്ങൾ നേടിക്കൊടുക്കാനും കീ ഫ്രെയിംസിന് സാധിച്ചിട്ടുണ്ട്. കീ ഫ്രെയിംസ് ആദ്യമായി പുറത്തിറക്കിയ സംഗീത ആൽബമാണ് ദിക്ർ പാടിക്കിളി. മുക്കം സാജിതയാണ് ആൽബത്തിന്റെ സംഗീത സംവിധാനം നിർവഹിച്ചത്. ലോകത്ത് ആദ്യമായി ഒരു വനിത ഈണം നൽകിയ മാപ്പിളപ്പാട്ട് എന്ന പ്രത്യേകത ഈ ആൽബത്തിനുണ്ട്. മുക്കം സാജിതയും ഏഷ്യാനെറ്റ് 2015 ൽ സംപ്രേഷണം ചെയ്ത മൈലാഞ്ചി എന്ന സംഗീത റിയാലിറ്റി ഷോയിലെ വിജയി ഹംദാ നൗഷാദുമാണ് ഈ ആൽബത്തിൽ പാടിയിട്ടുള്ളത്.

കീ ഫ്രെയിംസിലെ കുട്ടികളും രക്ഷാകർത്താക്കളും രംഗത്തും അണിയറയിലും പ്രവർത്തിച്ച ചിത്രശലഭം എന്ന 54 മിനിറ്റ് ദൈർഘ്യമുള്ള ഹോം സിനിമയും ഏറെ ശ്രദ്ധേയമായി. അബുദാബി മലയാളി സമാജം പ്രസിഡന്റ് വക്കം ജയലാലും സലിം നൗഷാദും ആണ് അതിനു നേതൃത്വം നൽകിയത്.

ലോകത്ത് ആദ്യമായി കുട്ടികൾക്കുവേണ്ടി ഓൺ ലൈൻ റിയാലിറ്റി ഷോ സംഘടിപ്പിച്ച് കീ ഫ്രെയിംസ് ലോക ശ്രദ്ധപിടിച്ചുപറ്റി. വിസ്മയം 2017 എന്ന പേരിൽ വിവിധ രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നും 36 കുട്ടികൾ പങ്കെടുത്തു. സംഗീത സംവിധായകൻ രമേശ് നാരായണൻ, വിശ്വംഭരൻ വെള്ളിക്കുന്ന്, സിറാജ് ഷാർജ, രഞ്ജിനി സന്തോഷ്, സോഫി തോമസ് എന്നിവരായിരുന്നു ഷോയുടെ വിധി കർത്താക്കൾ. പതിമൂന്ന് കുട്ടികൾ കലാപ്രതിഭ, കലാതിലകം എന്നീ സ്ഥാനങ്ങൾ നേടി. ആക്ടിംഗ്, പ്രസന്റേഷൻ റൗണ്ട്, അറബിക് സംഗീത മത്സരം, ഡബ്സ് മാഷ്, പ്രസംഗ മത്സരം, സ്റ്റേജ് ഷോ എന്നിവയിൽ അന്തർദേശീയ തലത്തിൽ കീ ഫ്രെയിംസിലെ കുട്ടികൾ പങ്കെടുത്തിട്ടുണ്ട്.

മഴത്തുള്ളികൾ എന്ന ഹോം സിനിമ നിർമാണം, മുല്ലപ്പൂമാല എന്ന മാപ്പിളപ്പാട്ട് മത്സരം, ലിറ്റിൽ ഡയമണ്ട്സ് ഓൺ ലൈൻ റിയാലിറ്റി ഷോ സീസൺ-2 എന്നിവയാണ് കീ ഫ്രെയിംസ് ഇനി സംഘടിപ്പിക്കുന്നതെന്ന് ചെയർമാൻ റാഫി വക്കം അറിയിച്ചു.

കുഞ്ഞി നീലേശ്വരം (ഡയറക്ടർ), റഫീഖ് കാക്കടവ് (ജനറൽ സെക്രട്ടറി), പ്രമോദ് മങ്ങാട്ട് (ട്രഷറർ), എ.കെ നൗഷാദ് (കോ-ഓർഡിനേറ്റർ) എന്നിവരാണ് കീ ഫ്രെയിംസിന്റെ മറ്റ് പ്രധാന ഭാരവാഹികൾ.

ഫോൺ : 00971505139982, 00971503722728.
ഇമെയിൽ: keyframez1@gmail.com

-റഹിം പനവൂർ

ദേവസ്പർശം

വിഖ്യാത സംവിധായകനും തിരക്കഥാകൃത്തുമായ വി.ആർ ഗോപിനാഥ് പത്ത് വർഷത്തെ ഇടവേളയ്ക്ക് ശേഷം ഒരുക്കുന്ന സംഗീത സാന്ദ്രമായ ചിത്രമാണ് ദേവസ്പർശം. പുതുമുഖ താരങ്ങൾ കേന്ദ്ര കഥാപാത്രങ്ങളെ അവതരിപ്പിയ്ക്കുന്ന ചിത്രത്തിൽ പ്രശസ്ത താരങ്ങളായ നെടുമുടി വേണു, ശ്രീനിവാസൻ, കവിയൂർ പൊന്നമ്മ എന്നിവർ ശ്രദ്ധേയമായ അതിഥി കഥാപാത്രങ്ങളായെത്തുന്നു. ദേവസ്പർശത്തിന്റെ രചനയും സംവിധാനവും നിർവഹിയ്ക്കുന്ന വി.ആർ ഗോപിനാഥ് മൂന്ന് ദേശീയ അവാർഡുകളും നാല് സംസ്ഥാന അവാർഡുകളും അഞ്ച് അന്തർദ്ദേശീയ അവാർഡുകളും കരസ്ഥമാക്കിയ ചലച്ചിത്ര പ്രതിഭയാണ്.ഗ്രീഷ്മം, ഒരു മെയ്മാസ പുലരിയിൽ, ഉണ്ണിക്കുട്ടന് ജോലി കിട്ടി, പൂത്തിരുവാതിര രാവിൽ, ഔവർ ലേഡി ഓഫ് ലോർഡ്സ് എന്നിവയാണ് വി.ആർ ഗോപിനാഥിന്റെ പ്രധാന ചിത്രങ്ങൾ.120 ലേറെ ദേശീയ ശ്രദ്ധയാകർഷിച്ച ഡോക്യുമെന്ററികളും സംവിധാനം ചെയ്തിട്ടുണ്ട്.

ദൃശ്യത്തിന്റെ ബാനറിൽ മധു ആനന്ദ്, മീനാ കുറുപ്പ്, മാലിനി കുറുപ്പ്, നളിൻ, മാത്യൂസ് പി. കുര്യൻ എന്നിവർ ചേർന്നാണ് ദേവസ്പർശം നിർമ്മിയ്ക്കുന്നത്. യുവനടൻ മനു ജി. നാഥ് ആദ്യമായി നായകവേഷം അണിയുന്നു. സിജി , ശകുന്തള, എൽ.ജി ശ്രീകുമാർ എന്നിവരും ചിത്രത്തിലെ അഭിനേതാക്കളാണ്. തിരുവനന്തപുരം, എറണാകുളം, പൂനെ എന്നിവിടങ്ങളിലാണ് ചിത്രീകരണം. നന്ദകുമാർ മേനോനും രഞ്ജിത്തുമാണ് ഛായാഗ്രഹകർ. മുൻ ചീഫ് സെക്രട്ടറി കെ.ജയകുമാറാണ് ഗാനരചയിതാവ്. സംഗീത സംവിധാനം ദർശൻ രാമൻ നിർവഹിയ്ക്കുന്നു. ഐ.എ.എസ് ഓഫീസർ രചിച്ച ഗാനങ്ങൾക്ക് യുവ ഡോക്ടർ ഗായികയാകുന്നു വെന്നതാണ് മറ്റൊരു പ്രത്യേകത. തിരുവനന്തപുരം ചിത്രാഞ്ജലി സ്റ്റുഡിയോയിൽ നടന്ന സോങ് റെക്കോർഡിങ്ങിൽ ഡോ.കീർത്തന ആനന്ദ് ഗാനങ്ങൾ ആലപിച്ചു.



എഡിറ്റിങ് - ജയചന്ദ്രകൃഷ്ണ, സഹസംവിധാനം- ഗോപാൽ സുധാകർ, ഡോ.കീർത്തന ആനന്ദ്, പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ-രാജേഷ് മണക്കാട്, പ്രൊഡക്ഷൻ എക്സിക്യൂട്ടീവ് - എൽ.ജി ശ്രീകുമാർ, പി.ആർ.ഒ - എ.എസ് പ്രകാശ് എന്നിവരാണ് മറ്റ് അണിയറ പ്രവർത്തകർ. ദേവസ്പർശത്തിന്റെ ചിത്രീകരണം ജൂൺ 28 ന് തിരുവനന്തപുരത്ത് ആരംഭിയ്ക്കുന്നു.

എ.എസ് പ്രകാശ് : 9072388770ബബ

ഋതുഭാവങ്ങളുടെ 25 വർഷങ്ങൾ

"ഋതുഭാവങ്ങൾ മാറുമ്പോൾ, അസ്വാസ്ഥ്യങ്ങളും വരുകയായി, പ്രായഭേദങ്ങളില്ലാതെ സാന്ത്വനമാകുന്നത് കണ്ടംകുളത്തി ഏലാദി ലേഹ്യം." തൊണ്ണൂറുകളിൽ കേരളത്തിലെ ദൂരദർശൻ ഉൾപ്പെടെയുള്ള ചാനലുകളിൽ തരംഗമായി മാറിയ ഈ പരസ്യമാണ് പുനർസൃഷ്ടിക്കപ്പെടുന്നത്.

പരസ്യങ്ങൾ പുനർസൃഷ്ടിക്കപ്പെടുകയെന്നത് പുതുമയുള്ളതല്ല. എതാണ്ട് 25 വർഷങ്ങൾക്കപ്പുറത്ത് രൂപം കൊണ്ട പരസ്യം ഇത്രയും കാലം വിപണിയിലെ മത്സരവിജയത്തിന് സഹായകരമായി എന്നതിനാൽ ആ പരസ്യവും സംഗീതവും കഥാസന്ദർഭങ്ങളും ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നത് പുതുമയാണ്. അതിന്റെ പുനരാവിഷ്ക്കാരം അതേ ശില്പികൾ തന്നെ നിർവ്വഹിക്കുകയെന്നതും ഒരുപക്ഷേ ചരിത്ര സംഭവമായിരിക്കാം.

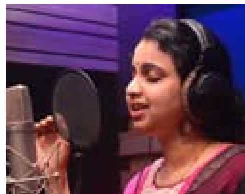
കെ.പി. പത്രോസ് വൈദ്യൻസ് കണ്ടംകുളത്തി വൈദ്യശാലയുടെ ഏലാദി ലേഹ്യത്തിന് വേണ്ടി ചാവറ ആഡ് മീഡിയയുടെ ക്രിയേറ്റീവ് ഡയറക്ടറും സി.ഇ.ഒ യുമായ ജോസഫ് ചാവറ തയ്യാറാക്കിയ പരസ്യമാണ് പുനർജനിക്കുന്നത്. കണ്ടംകുളത്തിയുടെ ഒട്ടേറെ ഉല്പന്നങ്ങൾക്ക് പരസ്യചിത്രങ്ങളും റേഡിയോ, പത്ര പരസ്യങ്ങളും തയ്യാറാക്കിയത് ചാവറയാണ്. മുപ്പത്തിരണ്ട് വർഷത്തെ ചാവറ ആഡ് മീഡിയയുടെ ചരിത്രമെഴുതുമ്പോൾ മുപ്പത് വർഷവും കണ്ടംകുളത്തിയുടെ മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ ശ്രീ. വിൽസണുമായുള്ള ബന്ധം സുദൃഢമാണ്. തെങ്ങിൻ പൂക്കുലാദി രസായനം, ഏലാദി മിഠായി, കഫ് സിറപ്പുകൾ, പ്രസവാനന്തര ശുശ്രൂഷ, കർക്കിടക ചികിത്സ തുടങ്ങിയ ഒട്ടേറെ കാര്യങ്ങൾക്ക് വേണ്ടി നിരന്തരമായി ഇവർ സഹകരിച്ചുവരുന്നു.

"ഋതുഭാവങ്ങൾ മാറുമ്പോൾ, അസ്വാസ്ഥ്യങ്ങളും വരുകയായി, പ്രായഭേദങ്ങളില്ലാതെ സാന്ത്വനമാകുന്നത് കണ്ടംകുളത്തി ഏലാദി ലേഹ്യം."

തൊണ്ണൂറുകളിൽ കേരളത്തിലെ ദൂരദർശൻ ഉൾപ്പെടെയുള്ള ചാനലുകളിൽ തരംഗമായി മാറിയ ഈ പരസ്യമാണ് പുനർസൃഷ്ടിക്കപ്പെടുന്നത്. അന്ന് സഹകരിച്ച ഒട്ടേറെ പേരുകൾ സ്മരണീയമാണ്. അതിൽ പ്രധാനി ഈ പാട്ടിന് ഈണം പകരുവാൻ സഹായിച്ച മൺമറഞ്ഞു പോയ ശ്രീ. വയലിൻ ജേക്കബാണ്. അദ്ദേഹത്തിന്റെ സ്മരണയ്ക്ക് മുമ്പിൽ ആദരാഞ്ജലികൾ അർപ്പിച്ചുകൊണ്ടാണ് ഇപ്പോൾ തുടങ്ങിയിട്ടുള്ളത്. കൂടാതെ അന്നിതിൽ സഹകരിച്ചവർ ക്യാമറാമാൻ ശ്രീശങ്കർ, ബിനോയ് ചാക്കോ, ബീനാ ജോർജ്, സഞ്ജയ് തുടങ്ങിയവരാണ്.

ഇപ്പോൾ പ്രധാന വേഷത്തിൽ അഭിനയിച്ചത് പ്രശസ്ത സിനിമാ താരങ്ങളായ അനുസിത്താരയും, ദിനേശ് പണിക്കരുമാണ്. ആധുനിക കാലത്തിന്റെ താളത്തിനൊപ്പം ഈ ജിംഗിളിനെ പുനരാവിഷ്കരിച്ചത് സംഗീത സംവിധായകൻ വിനോദ് വേണുഗോപാൽ, പാടിയത് മൃദുല വാര്യർ, ക്യാമറ കൃഷ്ണകൈമൾ, കലാസംവിധാനം ലക്ഷ്മൺ മാലം, ചമയം ബിനു അജയ്, എഡിറ്റർ പ്രവീൺ കൃഷ്ണൻ, എബി ബെന്നി (റ്റാഡ് സ്റ്റുഡിയോ, എറണാകുളം) പിന്നണിയിൽ പ്രവർത്തിച്ചവർ ജയ്മോൻ ജോസഫ്, രാരിമ ശങ്കരൻകുട്ടി, സിബി പടിയറ, തുടങ്ങിയവരാണ്.


വയലിൻ ജേക്കബ്


മൃദുല വാര്യർ







Please add artwork attached seperately





ബുക്ക് ഒ ട്രിപ്പിനു പുതിയ ടിവി പരസ്യം

പ്യൂപ പ്രൊഡക്ഷന്റെ ബാനറിൽ ബുക്ക് ഒ ട്രിപ്പിനു വേണ്ടി ഇഷ തൽവാറിനെ കേന്ദ്ര കഥാപാത്രമാക്കി ക്രിയേറ്റീവ് ഡയറക്ടർ അപ്പുണ്ണി നായർ നിർമ്മിച്ച പരസ്യം സംവിധാനം ചെയ്തിരിക്കുന്നത് ആൽഫ്രഡ് തോമസ് ആണ്. ബ്ളൂ മാറ്റിലാണ് ഈ പരസ്യം ചിത്രീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്

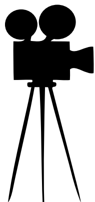
മറക്കാനാവാത്ത ഓർമകൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതാണ് ഓരോ യാത്രയും. സാങ്കേതികവിദ്യയുടെ ഈ കാലഘട്ടത്തിൽ ലക്ഷ്യസ്ഥാനങ്ങൾ ഏതു തന്നെയായാലും വിദൂരമല്ല. അതിനാൽ തന്നെ ഏതൊരു സഞ്ചാരിയുടെയും മോഹങ്ങൾ പൂർത്തീകരിക്കാൽ ബുക്ക് ഒ ട്രിപ്പ് സന്നദ്ധമാണ്. യാത്ര എന്നത് ബിസിനസിനപ്പുറം ഒരു വികാരമാക്കി മാറ്റുകയാണ് ബുക്ക് ഒ ട്രിപ്പിന്റെ ലക്ഷ്യം. ട്രിപ്പ് ബ്രാൻഡ് എൽ സി സി യുടെ സഹോദരസ്ഥാപനമായ ബുക്ക് ഒ ട്രിപ്പ് സഞ്ചാരികളുടെയും പരിചയ സമ്പന്നരായ സാങ്കേതിക വിദഗ്ധരുടെയും ഒരു ടീമാണ്. ദൂരയാത്രകളെ സ്വപ്നം മാത്രം കാണാൻ കഴിയുന്ന യാത്രാ പ്രേമികൾക്ക് ചിലവു കുറഞ്ഞതും സുതാര്യവുമായ വിമാന നിരക്കുകളും താമസ സൗകര്യങ്ങളുമൊരുക്കി ആസ്വാദ്യകരമായ അവധിക്കാലങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുകയാണ് ബുക്ക് ഒ ട്രിപ്പ്. ഇന്ത്യ, യു എസ് എ, യുകെ, കാനഡ എന്നീ നാലു രാജ്യങ്ങളിൽ വ്യത്യസ്തമായ പരസ്യ ചിത്രങ്ങളാണ് ബുക്ക് ഒ ട്രിപ്പിനു വേണ്ടി ചെയ്തിരിക്കുന്നത്.







CREW



Client : BookOtrip Pvt. Ltd
Product : BookOtrip.com
Client Representative : Bivin Samuel
Creative Director : Appunni Nair
Director : Alfred Thomas
Production House : Pupa Production
DOP : Jebin Jacob
Artist : Isha Talwar
Fashion Photographer : Rahul Raj R
Music Director : Vyshakh Bejoy

Styling : Nimmy Ann Mathew
Online & Coloring : Aby TAD
Executive Production : Appunni Nair, Ritty Mathew
Graphics : Sanju Tom George (John&Tom Studios)
Storyboard Artist : Shyam Nath K S
Dubbing & Mixing Studio : Mahesh (Vismaya Studio)
Assistant Director : Ahammed Sanah V P
Writer : Mary Merilyn
Production : Shameer P K
Making Video : Hussain Abdul Shukkoor

Makeup : Juli Julian
Art : Abutty
Hair Stylist : Samson Lei
Editing : Junaid TAD
Spot Edit: Manu TAD
Auditor : Ranjith Chandran
Pupa Office : Rahul Nair

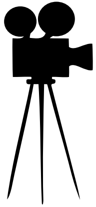


KSEB

CAMPAIGN OF 5 TVCS



CREW



CLIENT : KSEB
PRODUCTION HOUSE : SOORAJ TOM PRODUCTIONS
SCRIPT & DIRECTION : SOORAJ TOM
DOP : MAHESH MADHAV RAY
BACK GROUND SCORE : ANAND MADHUSOODANAN
EDITING : SREEKUMAR
SPOT EDITING : VINEETH
MAKE UP: NAGIL
DI : CINEMA SALONE
RECORDING : DUB ON WHEELS
SOUND MIXING : BIJU BASIL
STUDIO : ARIES VISMAYA MAX
GRAPHICS : AJISH THOMAS
STILLS : AJOSH PARACKAN
PRO. CONTROLLER : AMBILY KOTTAYAM
COSTUMES : ARUN MANOHAR
ART : SOORAJ KOTTAYAM

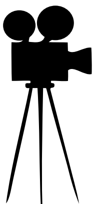


MOTOR VEHICLES DEPARTMENT





CREW



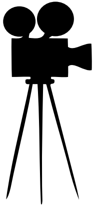
Client: Motor Vehicle Department, Kerala
Production House: SJCC Changanassery
Script-Direction: Raju Abraham
Artists: Unni Mukundan, Tharushi Taru, Baby Barbie Sharma, Thomas Kuruvilla
DOP: Sajan Kalathil
Art: Sunil K.George
Chief project designer: Adv. Elvis Vacha
Project co-ordinator: Jens Thomas
Finance manager: Abin Appacheril
Costume designer: Sunitha Prashanth
Editor: Kiran Thomas
Graphics : Vineesh Nakulan (Meraki)
Music and sound effects: Mesmin
Production controller : Noble Jacob
Asso. Directors: Jerin Jeo, Jins, Varun
Asst.Dir. : Abhilash Illikkulam, Irish, Vinu
Stiills: Brijil Joseph,
PRO: Jithin Tharakan
Model co-ordination: Anish Impulse
Makeup: Jayesh
Location: Fort Kochi and Add magics studio floor, Eroor
DI: Chalchitram
Making video: Tijo Thankachan, Nibin George

ESAF
ESAF SMALL FINANCE BANK
Joy of Banking





CREW



ESAF LOGO LAUNCH FILM

Agency : BUZZSTOP INTEGRATED COMMUNICATIONS
PRODUCTION HOUSE : NAVARASA CREATIVES
Director : G. Balakrishnan
DOP : Jebin Jacob

Script : John Mathew
Producer : Sreejith K S
Editor : Rahmanmohamed Ali
Art Director : Vinesh Banglan
Costume : Lijipreman
Music : Deepankuran Kannadimana
Asso. dir : Vinod PM , Sharath S Parayil

Asst. Dir : Anirudh Mohan, Rahman Mohamedali
Line production : Rafeeq (pakkapakka)
Sound Mix : Romy Voice , Hello media
Grading : Vyshakshiva , ink & water
Location managers : Punith (Jodhpur) , Khan & Sunil (Delhi) , Manoj (Manali)
Website- www.navarasacreatives.com

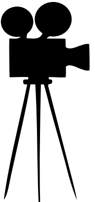
ESAF
ESAF SMALL FINANCE BANK
Joy of Banking

KADHA VEENDUM PARAYUMBOL





CREW



Client : ESAF Small Finance Bank
Director : Lal Jose Mechery
DOP : Anand C Chandran
Agency : BUZZSTOP INTEGRATED
Production House : Navarasa - Creatives
Story, Screen play, Dialogues : John Mathew
Producer : Sreejith K.S.
Editor : Rahman Mohamed Ali

Music : M Jayachandran
Art : Subhash Karun &Vinesh Banglan
Costume : Dhanya Balakrishnan
Makeup : Pradeep Ranganathan
BGM : Deepankuran Kannadimana
Grade : Aby Tad studios
Sound Mix : Romy & Gowtham
VFX : PB Bose
Associate Dir : Anil Abraham , Vishak Warrier , Sharath S Parayil

Asso. Cameraman ; Viswajith odukkathil
Asst Cameraman : Anurudh
Asst.dir : Anirudhmohan, Ajithephrem , Vinod PM
Exe Producer : Blessy Sreejith
Finance Dept : Sumesh Chandran
Line producer : Rafeeq
Location manager : Das thodupuzha
Website- www.navarasacreatives.com

പാരഫിൻ പെഡിക്യൂർ സ്വയം തയാറാക്കാം

വീട്ടിൽ ഒരു ബ്യൂട്ടി പാർലർ



മിനി സ്റ്റൈൽമേക്ക്
മേക്കപ്പ്, ഹെയർസ്റ്റൈൽ, കോസ്മറ്റോളജി, സ്പാ തുടങ്ങി ബ്യൂട്ടി മേഖലയിൽ പ്രൊഫഷണൽ ട്രെയിനർ. (Ph.8606876013)

മഴക്കാലത്ത് പാദങ്ങളുടെ സൗന്ദര്യം എങ്ങനെ സംരക്ഷിക്കാം

ഈ മഴക്കാലത്ത് ഒരു സ്പെഷ്യൽ ഹോട് പാരഫിൻ പെഡിക്യൂർ ആയാലോ ? പലർക്കും മഴക്കാലം പാദങ്ങളുടെയും നഖങ്ങളുടെയും സൗന്ദര്യസംരക്ഷണം ഒരു വലിയ പ്രശ്നം ആണ്. തണുപ്പു കൂടിയ സമയത്ത് ചിലർക്ക് ഒരു നോർമൽ പെഡിക്യൂർ ചെയ്യുമ്പോൾ കാലിനു വേദന ഉണ്ടാകാറുണ്ട്.

എന്നാൽ ഈ മഴകാലത്ത് പാദങ്ങളുടെ ഭംഗിക്കും വേദന അകറ്റാനും ഒരു ഹോട് പെഡിക്യൂർ പരിചയപ്പെടാം.

ബാഹുബലി എന്ന ബ്രഹ്മാണ്ഡ സിനിമയിലെ ദേവസേനയെ ഒരുക്കിയെടുക്കുന്ന മേക്കിങ് വീഡിയോ ഇതിനകം സോഷ്യൽ മീഡിയയിൽ നിങ്ങൾ കണ്ടിരിക്കും പാരഫിൻ ഫേഷ്യൽ ടെക്നിക് ആണ് അതിനും ഉപയോഗിച്ചിരിക്കുന്നത്. ഇനി പാരഫിൻ വാക്സ് എങ്ങിനെ ഉണ്ടാക്കാം എന്ന് നോക്കാം.

ചുവടു കട്ടിയുള്ള ഒരു പാത്രത്തിൽ 4 പാർട് വെള്ളം, ഒരു പാർട് പാരഫിൻ വാക്സ്, ഒരു പാർട് വാസ്സലിൻ എന്നിവ മൂന്നും കൂടി നന്നായി ചൂടാക്കി ലിക്വിഡ് ഫോമിലാക്കുക.

ഇനി പാരഫിൻ പെഡിക്യൂർ ചെയ്യാൻ ആവശ്യമായ സാധനങ്ങൾ:

പാരഫിൻ വാക്സ്, ഒലിവ് ഓയിൽ, Cling film ഷീറ്റ്.

ചെയ്യുന്ന വിധം

പാരഫിൻ വാക്സ് ലിക്വിഡ് ഫോമിലാക്കി വെക്കുക . ആദ്യം തന്നെ പെഡിക്യൂർ ചെയ്യുന്ന ഭാഗത്തു ഒലിവ് ഓയിൽ അപ്ലൈ ചെയുക. ശേഷം ചെറു ചൂടിൽ ഒരു ബ്രഷ് ഉപയോഗിച്ച് വാക്സ് അപ്ലൈ ചെയ്യുക. മൂന്ന് നാല് കോട്ട് വാക്സ് അപ്ലൈ ചെയ്യുക. അതിനു ശേഷം cling film sheet കൊണ്ട് നന്നായി കവർ ചെയുക. 20 മിനിറ്റിനു ശേഷം കവർ റിമൂവ് ചെയ്യാം. ശേഷം ഏതെങ്കിലും ഒരു മോയ്സ്ചറൈസർ അപ്ലൈ ചെയ്യാം.

ഇത് കാലുകൾക്കു മൃദത്വം നൽകി സ്കിൻ ടൈറ്റ് ആക്കുന്നു.

യോഗ സാധാരണ ജീവിതത്തിൽ

മനസ്സിനെ ശാന്തമാക്കുന്ന വളരെ ശ്രേഷ്ഠമായ ഒരു കലയാണ് യോഗ. സമഗ്രമായ ഒരു ആരോഗ്യ പരിപാലന പദ്ധതിയാണ് ഇത്. വാശിയോടും വൈരാഗ്യത്തോടും കൂടി അഭ്യസിച്ചാൽ വിജയം ഉറപ്പ്. യോഗയുടെ ആദ്ധ്യാത്മിക തലത്തിലേക്ക് ഉയരുവാൻ സാധാരണ ജീവിതം നയിക്കുന്നവർക്ക് അത്ര എളുപ്പമുള്ള കാര്യമല്ല.

യോഗയെപ്പറ്റി ഒരു പിടി വ്യാഖ്യാനങ്ങൾ ഇന്നു നിലവിലുണ്ട്. കഠിനമായ പരിശ്രമത്തിലൂടെയേ അതിന്റെ ലക്ഷ്യസ്ഥാനത്തെത്തുവാൻ സാധിക്കൂകയുള്ളൂ. യോഗ ശരിക്കും ഒരു ജീവിത ക്രമമാണ്.

ചില വ്യാഖ്യാനങ്ങളിൽ കാണുന്നത് പ്രകൃതി ശക്തികളിൽ നിന്നും മനുഷ്യബന്ധങ്ങളിൽ നിന്നും നമ്മുടെ മനസ്സിനും ശരീരത്തിനും ഏൽക്കുന്ന ക്ഷതങ്ങളെ ജയിക്കാനും നിയന്ത്രിക്കാനും ഉള്ള ദിവ്യ ഔഷധം ആണ് യോഗ എന്നാണ്.

യോഗയുടെ ഉൽപ്പത്തി ആദ്യവേദമായ ഋഗ്വേദത്തിനു മുമ്പാണെന്നു കരുതപ്പെടുന്നു. ബി.സി.മൂന്നാം നൂറ്റാണ്ടിൽ ജീവിച്ചിരുന്ന പതഞ്ജലിയാണ് ആധുനികയോഗയുടെ പിതാവ് ആയി കണക്കാക്കപ്പെടുന്നത്.

പതഞ്ജലി വേദങ്ങളിൽ നിന്നും അതുപോലെ തന്നെ വേദാന്തങ്ങളിൽ നിന്നും ആവശ്യമായതു മാത്രം കണ്ടെത്തി യോഗശാസ്ത്രം എഴുതുകയായിരുന്നു. പതഞ്ജലിയുടെ ഈ യോഗശാസ്ത്രം സാധാരണ ജീവിതം നയിക്കുന്നവർക്ക് യോഗ അഭ്യസിക്കുവാനുള്ള ഒരു പ്രേരണ നൽകുകയായിരുന്നു.

മറ്റൊരു വിധത്തിൽ പറഞ്ഞാൽ സാധാരണ ജീവിതം നയിക്കുന്നവരെ മാത്രം ഉദ്ദേശിച്ചാണ് അദ്ദേഹം യോഗശാസ്ത്രം ക്രമീകരിച്ചിരിക്കുന്നത് എന്ന് ഇത് പരിശോധിച്ചാൽ നമുക്കു മനസ്സിലാക്കുവാൻ സാധിക്കും. അത്രയേറെ ലളിതമായാണ് അദ്ദേഹം വ്യായാമമുറകൾ എഴുതിയിട്ടുള്ളത്.

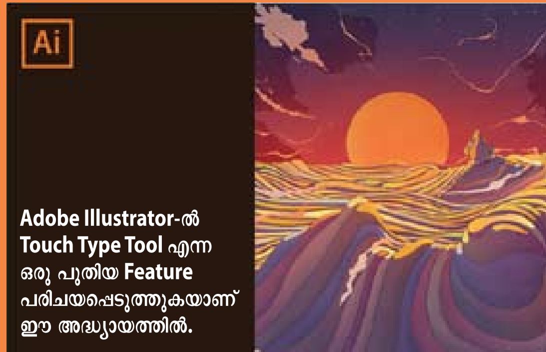
മനുഷ്യ ശരീരം പഞ്ചഭൂതങ്ങൾകൊണ്ട് നിർമ്മിച്ചിരിക്കുന്നു. (ആകാശം, വായു, അഗ്നി, ജലം, ഭൂമി എന്നിവയാണ് പഞ്ചഭൂതങ്ങൾ). പഞ്ചഭൂത നിർമ്മിതമായ ശരീരത്തിൽ രോഗങ്ങളുണ്ടാകുന്നത് സ്വാഭാവികമാണ്. നമ്മുടെ ശരീരത്തിനാവശ്യമായ യോഗാസനങ്ങൾ നമ്മൾ തന്നെ കണ്ടെത്തി സാവധാനം പരിശീലിക്കുക. വിപണിയിൽ യോഗയെക്കുറിച്ച് ധാരാളം പുസ്തകങ്ങൾ നിലവിലുണ്ട്. ആവശ്യമെന്നു തോന്നിയാൽ ഒരു ഗുരുവിനെ കണ്ടെത്തി ഗുരുമുഖത്തുനിന്നും ആസനങ്ങൾ അഭ്യസിക്കുക. വിജയം ഉറപ്പ്.



സനിൽ രവീന്ദ്രൻ

തയ്യാറാക്കിയത് TK Wilson

tips n tricks

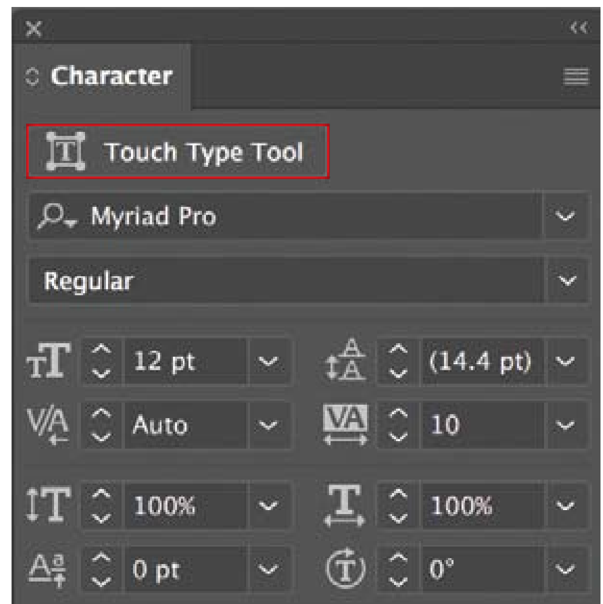


InDesign, Illustrator, Photoshop എന്നിവയുടെ മലയാളത്തിലുള്ള video tutorials കാണുന്നതിനായി താഴെ കാണുന്ന YouTube Channel, Facebook Page എന്നിവ സന്ദർശിക്കുക, subscribe ചെയ്യുക, അഭിപ്രായങ്ങൾ രേഖപ്പെടുത്തുക, share ചെയ്യുക.

tkwill2son@gmail.com www.youtube.com/c/WilsonKunjan
www.facebook.com/youwillearngraphicdesigning

Adobe Illustrator-ൽ type tool വളരെ പരിചിതമാണ്. എന്നാൽ type tool-ൽ തന്നെ പുതുതായി ഉൾപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്ന **'Touch Type Tool'** എന്താണെന്നും അതിന്റെ സാദ്ധ്യതകൾ എന്തൊക്കെയാണെന്നും നമുക്കൊന്നു പരിശോധിക്കാം. ഒരു വാക്കിലോ ഒരു പാരഗ്രാഫിലോ ഉള്ള ചില അക്ഷരങ്ങളെ മാത്രം നമുക്കാവശ്യമുള്ള രീതിയിൽ manipulate ചെയ്യുന്നതിനാണ് ഈ tool ഉപയോഗിക്കുന്നത്. Tool palette-ൽ type tool-ന്റെ sub set-ൽ അവസാനത്തേതായിട്ടാണ് ഈ tool ഉൾപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത്. കൂടാതെ character palette-ലും ഇതിനുള്ള option ഉണ്ട്. (Pic-1)

ഇനി എന്തൊക്കെയാണ് ഈ tool ഉപയോഗിച്ച് ചെയ്യാനാവുന്നത് എന്ന് നോക്കാം. ആദ്യമായി ആവശ്യമുള്ള വാക്ക് type ചെയ്യുക. തുടർന്ന് **'Touch Type Tool'** select ചെയ്യുക. അതിന് ശേഷം manipulate ചെയ്യേണ്ട അക്ഷരം select ചെയ്യുക. ഇപ്പോൾ ഈ അക്ഷരത്തിനുചുറ്റും selection bounding box കാണാവുന്നതാണ്. ഇതുപയോഗിച്ചുകൊണ്ട് ഈ അക്ഷരത്തെ എങ്ങിനെവേണമെങ്കിലും manipulate ചെയ്യാവുന്നതാണ്. (Pic-2) ഇവിടെ fonts **'outline'** ആകുന്നില്ല എന്നതാണ് ഇതിന്റെ പ്രധാനപ്പെട്ട സവിശേഷത.

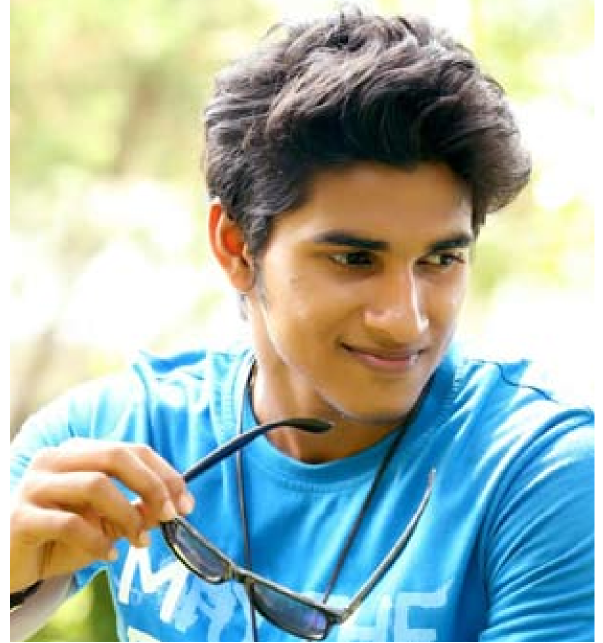


Pic-1

Pic-2







Model Code: 62/2017

Want to be a Model in Advertising ?

മോഡലിംഗ് രംഗത്തേക്ക് കടക്കുവാൻ താൽപര്യമുള്ളവർ ഫോട്ടോയും ബയോഡേറ്റയും അയയ്ക്കുക.

പോർട്ഫോളിയോ എടുത്തിട്ടില്ലാത്തവർക്ക് പ്രൊഫഷണൽ ഫോട്ടോഗ്രാഫേഴ്സിന്റേയും മേക്കപ് പ്രൊഫഷണൽസിന്റേയും സഹകരണത്തോടെ മിതമായ നിരക്കിൽ പോർട്ഫോളിയോ തയ്യാറാക്കി നൽകുന്നതാണ്.

effectiveadcom@gmail.com
Ph: 08593 998705

Model Code: 63/2017







Professionals' Directory

OUT DOOR AD AGENCIES

Aiswaria Advertising Industries
Carmel Building
Banerji Road, Kochi 18
Ph:98461 28822, 0484 2395294

Orange
Door No.36/1907A
Parakkat Building
Sebastian Road
Kaloor P.O., Kochi
Ph: 0484 3048672

Artmen
Market Road, Cochin
Ph:0484 2396809

Asha Publicity
BTC Road,
Maradu
Cochin 04
Ph:93888 17450

Bhumi Advertisers
Erayamkudy, Thrissur
Ph:0480 2730838

Big Print
Attakulangara
Trivandrum
Ph:0471 2471894

Brolga Advertisers
Palarivattom, Cochin
Ph:0484 6511002

Cadmium Outdoor Solutions
Kadavanthra, Cochin
Ph:0484 2206867

Chaithanya Advertising Services
ML Road, Kottayam
Ph:0481 2562333

Chaithram Advertising
Gandhi Nagar, Kottayam
Ph:0481 2591871

Chaste Associates
Udayamperoor P.O.
Ernakulam
Ph:0484 2793461

Chayam Prints
Kulangara Buildings
Shine Road, Vyttila
Cochin 682019
Ph:0484 2303587

Colonia Advertising
CP Ummer Road
Cochin
Ph:0484 2366333

Concord Advertising
IS Press Road
Cochin
Ph:0484 2393110

Creative Media
MG Road
Trivandrum
Ph:0471 2572949

Darsana Advertising
KP Road
Cochin
Ph:04842376722

Dart Ads
Cochin 18
Ph:0484 2371305

Deepa Publicity
Vyttila, Eroor
Ernakulam
Ph:0484 2784441

Digital Park
AR Menon Road
Thrissur
Ph:0487 3292620

DIGITAL AGENCIES

Ideaspace Communications
12th Cross Road,
Near Giri nagar
community hall
682020 Kochi
Ph : 999 55 85 475

Winningwayz
#177, Ground Floor,
Building No. 55/1280
682020 Ernakulam
Ph : 0484 231 7278

Trueberry Advertising
4th Floor, A, MPS Tower, Opp.
Federal Towers, Puthiyara Post,
Arayidathupalam, Kozhikode
Ph :096059 90797

Yara Communications
A2,Dream City Apartments,
Arayidathupalam
673 004 Calicut
Ph : 094959 83105

Blackmole
Designs n Digits Pvt. Ltd.
Kozhikode
Ph :0495 40 60 126

For You Infotech
Karanakodam P.O,
Thammanam 682032 Kochi
Ph :0484 233 2786

Piedpiper Brand Communication
"Geeth", VJRA - 30,
VJ Lane, Near Eloor Library,
Vellayambalam 695010
Trivandrum Ph: 081293 59222

PlainSpeak
Vazhuthacaud
695014 Trivandrum
Ph: 0471 406 0881

Absolut Brand Circle
EVRA 252 Cotton Hill
695014 Trivandrum
Ph: 098461 22220

Puppets
vazhuthacaud
69501 Thiruvananthapuram
Ph: 097453 41002

Focusfox Media Ltd
Mullasseri Canal Road
Kochi
PIN 682011
Ph:0484 44055106

Pantone
17, Pipe line road
Palarivattom
Cochin
Ph: 9496 83 1991

Jumpfrog
2nd floor, G-23
Main Avenue
Panampilly Nagar
Kochi
Ph:099466 64117

Directory പേജിലേക്ക് മാറ്റവും, പരസ്യങ്ങളും അയക്കേണ്ട വിലാസം:
Effective Publications
Ph: 08593 998705, E-mail: effectiveadcom@gmail.com

Face the music

the other truth

So Mie is a copywriter currently working at an advertising agency in UAE. His career spans over 27 years with stints at industry leading creative houses in Keralam and numerous campaigns. He also used to engage students in advertising at the School of Communications, Mahatma Gandhi University.



So Mie

Music makes us glad. Music also makes us sad. But does music make us bad?

The shocking reality is it does. Not always or in all cases. But when it's meant to do so, music can really make people nasty. The Nazis used to mix a kind of swing music with their racist messages which aroused young Germans to violence. The Hutu tribe in Rwanda listened to inciting music as they killed more than 800,000 Tutsis in just hundred days.

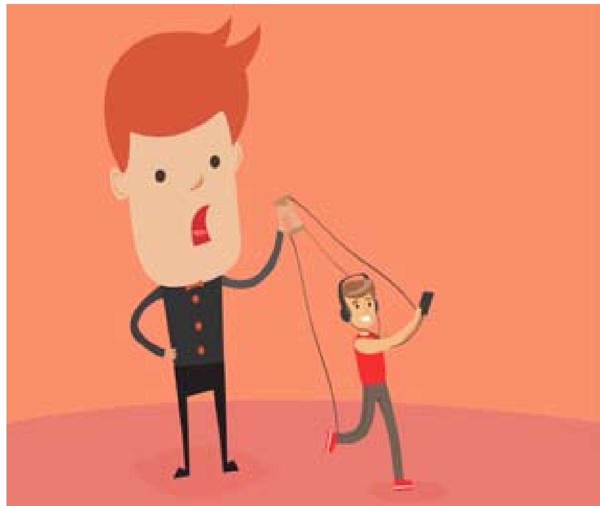
Religions, political parties, warring nations have all used music to manipulate mobs to think, speak and act in a certain way. Cleverly composed music can drive people into a state of 'groupthink', which blurs their individual judgment and makes them do what they're asked to do.

The sensitivity of the human brain to music is nothing new. It's rightly assumed that our ancestors created and enjoyed music even in prehistoric times. Music was a fundamental constituent of tribal culture everywhere. Every occasion was marked by some sort of vocal delivery or clapping or stamping or drum-beating or hone-blowing. Not only on occasions of joy but during gruesome rituals too, including human sacrifices to please their deities.

So, what exactly is music? Glorification of it as an ethereal art form aside, music is a tool. A tool to connect, to both grab and divert attention and more importantly, to express or arouse emotions. The problem is that not all of our emotions are good. And music has this amazing potential to cover up a particular emotion in us and make us more inclined to another. This is what happens when a tribal congregation sings and dances over a sacrificial prey. Emotions of love and kindness are covered up here by emotions of selfish piety, fear, greed, revenge or whatever primeval impulse.

Music plays a key role in all forms of video communication. We cannot imagine our movies and commercials without music. What's unflattering is the fact that here in the creative sphere too music is largely used as a cover up tool. For instance, background scores can be squeezed in to cover up poor screen performances. What the actor cannot express, the piano or violin can. What the camera cannot capture, the keyboard can. In Indian movies, words set to music - widely known as songs – can add an extra, often false layer to any character. Which is why all of our heroes and heroines are musical geniuses!

The manipulative power of music is extensively used in commercials. It draws the customer to the brand and creates a kind of intimacy between the two. Come to think of it! A brand is essentially a product. And products are all made of materials, which are devoid of emotions. And you're getting intimate with them! Good for the brand, but bad for you as a 'rational animal' – if I may borrow Aristotle's definition of man.



Ads with substantive, strong messages seldom set copy to music. Usually, ad makers resort to jingles when there's no distinctive attribute about the brand that can be highlighted. Ads targeting women and teenagers also tend to be musical. This is because these target groups are thought to be more emotive and more on the fantasy side than fact.

True, music is a source of simple, harmless pleasure. But when you hear or see a 'song' commercial, watch out; it may be hiding the truth. Or it doesn't have any truth to say at all!

And if you happen to forget yourself while listening to a piece of music, take care! You're being controlled! ●

Printed, Published and Owned by Mathew K., Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001 Kerala. and Printed at Southern Printing House, Sastri Road Extn., Mugal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam - 686 002, Kerala.